

VISIT...

LANZAROTE
Caliente.COM



DESIGNGRAPHIC DESIGN

В. А. Победин

ЗНАКИ

в графическом
дизайне

DESIGNGRAPHICDESIGN

В.А. Победин

ЗНАКИ

в графическом
дизайне



ИЗДАТЕЛЬСТВО «РАНОК» • Веста
2001

Харьков

Содержание

Введение	5
Разновидности знаков.....	15
Создание товарных знаков и знаков обслуживания	23
Изобразительные товарные знаки и знаки обслуживания.....	25
Словесные товарные знаки	37
Шрифтовые товарные знаки	43
Комбинированные знаки.....	61
Студенты продолжают.....	77
Авторские права на знак.....	83
Литература	94

ББК 76.11
П50

**Учебное пособие рекомендовано к изданию Ученым советом
Харьковской государственной академии дизайна и искусств
(Харьковский художественно-промышленный институт)
Протокол №1 от 25 сентября 2001 г.**

Автор благодарит О.А. Векленко, В.И. Лесняка, Ю.А. Панасенко
за помощь в создании этой книги

*Издание подготовлено при содействии кафедры графического дизайна
Харьковского художественно-промышленного института*

Рецензенты: **В.К. Шостя**, профессор Киевской национальной академии изобразительных искусств и архитектуры, заслуженный деятель искусств Украины;
А.С. Маторин, Председатель Правления Союза дизайнеров Украины, заслуженный работник культуры Украины.

Издано по лицензии 000 Издательство «Ранок»

В.А. Победин
П50 Знаки в графическом дизайне.— Харьков: Веста: Издательство «Ранок», 2001.— 96 с.
15ВЫ 966-679-042-4

Издание базируется на основе многолетней творческой и педагогической практики автора, одного из основателей харьковской школы графического дизайна, создателя более 700 товарных знаков.

Читатель ознакомится с историей возникновения и развития товарных знаков, их классификацией (изобразительные, шрифтовые, комбинированные и т.д.), различными творческими методами проектирования знаков, на реальных примерах проследит процесс создания знаковых композиций.

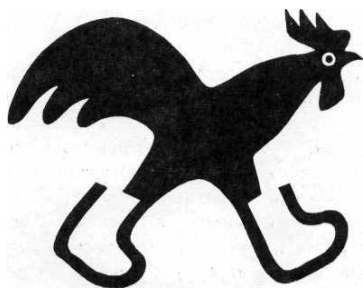
В книге впервые даны критерии объективной оценки художественных, стилевых и патентоспособных качеств товарных знаков, тщательно проанализирована роль товарного знака в формировании имиджа фирмы, правовые особенности использования знаков в рекламе товаров и услуг.

Издание предназначено тем, кто создает, и тем, для кого создаются знаки.

ББК 76.11

ISBN 966-679-042-4 ,

© В.А. Победин, текст, графические изображения, 2001
© 000 Издательство «Ранок», 2001



За год до Великой Отечественной войны я закончил художественное училище и был призван в ряды Красной Армии. Война застала меня в столице Латвии Риге, откуда пришлось отступать до города Старая Русса, возле которого шли долгие и упорные оборонительные бои с фашистскими захватчиками.

В начале 1944 г. в составе армейского соединения я попал в Иран, где советские войска охраняли южные рубежи нашей Родины и обеспечивали бесперебойные поставки союзниками помощи по Ленд-Лизу.

Конец войны принес радость победы и возвращение на родину. В 1953 г. окончил графическое отделение Харьковского художественного института. Специальность художника-графика как-то сама собой привела меня, как теперь говорят, в графический дизайн.

Разрабатывал и оформлял детские игры, выполнял проспекты и листовки для предприятий, буклеты, этикетки и т.п. Но вскоре почувствовал, что мой основной профиль — знаковая графика, и на протяжении сорока с лишним лет она стала моей специализацией.

В послевоенные годы в Харькове при областном отделении Всесоюзной торговой палаты образовалась очень сильная группа мастеров знака, в своем большинстве — учеников и последователей знаменитых художников-графиков Украины 20–30-х годов, таких как И. Падалка, Седляр, И. Нарбут, Маренков и др. Было интересно и поучительно работать вместе

с художниками более старшего поколения Б. Бланком, Б. Коваленко, Л. Кузнецовым, М. Народицким, В. Селезевым и др.

Просмотры и обсуждения выполненных работ на художественных советах были полезной и хорошей школой, они неизменно вызвали живой интерес художников. Этому способствовало еще и то, что членами художественного совета 50–60-х годов были интересные личности, маститые художники, профессора художественного института И. Дайч, Б. Косарев, В. Мироненко, известные художники-графики Е. Соловьев и М. Фрадкин.

Среди вновь пришедших работать в Палату в конце 60-х годов активными стали В. Гольба, Н. Каменной, Е. Надеждин и более молодые Ю. Брагин, О. Векленко, А. Бойчук Н. Елизев, В. Жубр, В. Лесняк, В. Овчинников, Т. Сердобинская и др. Они теперь достигли своей зрелой поры, а новая молодежь стучится в дверь, готовая потеснить старших.

Большую роль в становлении графического дизайна в Украине и дальнейшем развитии знаковой графики сыграло событие 1964 г.: Харьковский художественный институт был преобразован в художественно-промышленный институт.

При факультете художественного конструирования института нового профиля образовано отделение графического дизайна, и для преподавания на его кафедру были приглашены известные в то время своей работой в прикладной,

плакатной графике и гравюре харьковские художники В. Вихтинский, Н. Гноевой, Н. Каменной, Е. Надеждин, В. Победин, В. Селезнев, М. Фрадкин.

Это были первопроходцы, зачинатели нового профиля, авторы вновь вводимых программ новой специализации. С течением времени преподавательский коллектив кафедры стал пополняться и омолаживаться за счет лучших выпускников института нового профиля.

В настоящее время весь состав кафедры графического дизайна обновлен своими выпускниками. Так получилось, что старшее поколение представлено одним мной. Поэтому считаю своим долгом подвести некоторые итоги и поделиться опытом с молодыми.

В процессе многолетнего преподавания дисциплин «Проектирование» и «Шрифт» на кафедре графического дизайна мною ощущалась необходимость создания учебного пособия от лица педагога и, в то же время, художника-практика, чтобы проблема всего творческого процесса была освещена как бы изнутри, на многочисленных примерах личного творческого опыта.

Следует иметь в виду, что в настоящее время в нашей стране, как и во всем мире, неуклонно развивается рекламное дело. В соответствии с этим появляется литература, освещающая ряд рекламных проблем, касающихся радио- и теле-рекламы, а также подготовки печатной рекламы.

Издаются методические рекомендации по разработке рекламных комплексов фирменного стиля отраслевых объединений и ведомств, крупных промышленных предприятий и фирм.

Во всех случаях, в этих рекомендациях главным элементом любого рекламного комплекса служит знак фирмы, являющийся ее необходимой визитной карточкой.

О товарных, фирменных знаках и знаках обслуживания много написано отечественными и зарубежными авторами. Чаще всего в этих

изданиях описывается история возникновения и эволюция знаков, их видовая классификация, способы и формы маркировки товаров. Авторы, являющиеся по большей части товарововедами и организаторами рекламы, всячески подчеркивают важнейшую роль знака в большой пирамиде рекламных усилий.

В упомянутой литературе меньше всего уделялось внимания процессу непосредственного создания знаковых композиций, особенностям этого своеобразного и достаточно трудного раздела графического дизайна.

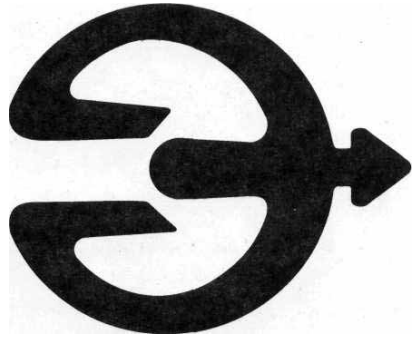
Попыткой решения такой задачи явилось написание данного пособия. Оно рассчитано на использование его преподавателями профилирующих дисциплин специализации «Графический дизайн» и должно помочь освоить и систематизировать знания и навыки студентам по важному разделу своей будущей профессии. Для этой цели в заключительном разделе книги имеется описание того, как ведется преподавание по разделу знаковой графики.

В качестве примеров приводятся репродукции многих студенческих работ, выполняемых в комплексе дисциплин «Проектирование» и «Шрифт». Рассматривается бесспорная необходимость компьютеров в современном графическом дизайне, также как и свободное владение компьютерной грамотой графиков-дизайнеров.

В то же время обуславливается и подтверждается, что главная направляющая роль в процессе проектирования принадлежит художнику, графику-дизайнеру, проектное решение которого послушно и быстро поможет выполнить компьютер. Художник творит, машина исполняет.

Данное пособие может помочь повысить квалификацию художникам-практикам, занимающимся разработкой знаков, и быть полезным в приобретении патентоспособности начинающим предпринимателям и основателям новых фирм.

Введение

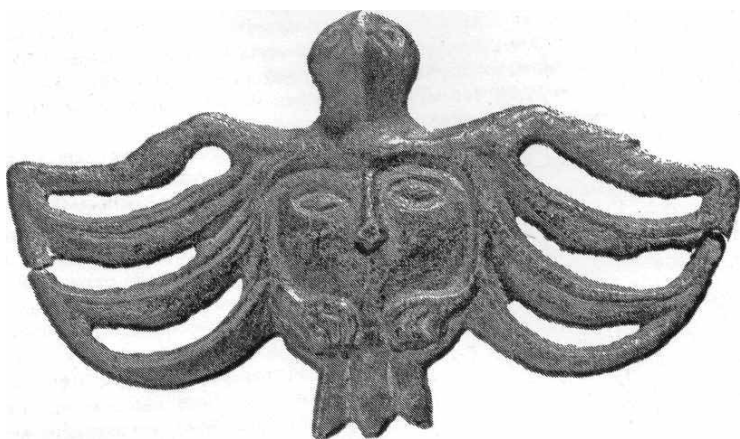


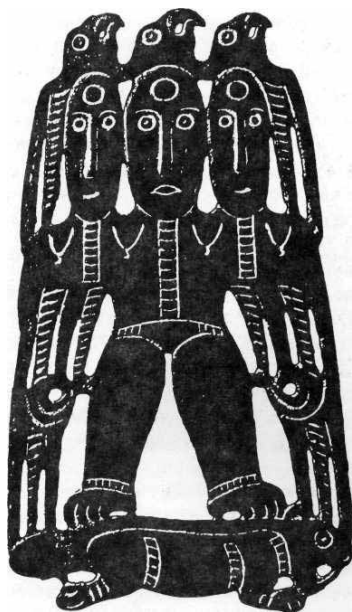
Прежде чем перейти к подробному рассмотрению и анализу процессов творчества при создании товарных знаков и знаков обслуживания, коротко коснемся путей развития знаковой символики, начиная с древности до наших дней.

В первобытном обществе искусство возникло тогда, когда человек овладел весьма высокой степенью развития, умением организованно проводить охоту на диких животных, и когда у него развилось абстрактное мышление, позволяющее создавать впечатляющие художественные образы. Наскальные рисунки, каменные, деревянные, а затем и металлические скульптуры, декор на бытовой утвари представляли собой изображения животных и птиц, окружающей природы. В качестве характерного примера развития образной символики в искусстве древних рассмотрим феномен так называемого «звериного стиля» Прикамья.

До нашего времени больше всего сохранилось предметов, отлитых из бронзы и меди. Этому способствовало и то, что в Прикамье еще 3500 лет назад сложился значительный очаг металлургии, достигшей высокого уровня развития. Это позволило создать условия для развития металлической скульптуры, расцвет которой приходится на середину и вторую половину первого тысячелетия нашей эры.

Многовековое наследие древних мастеров Прикамья получило название пермский «звериный стиль». Почти все предметы металлической скульптуры этого стиля были обнаружены





в пределах Верхнего Прикамья, на территории Перми. «Звериный стиль» стойко сохранял свое лицо, свою неповторимую характерность несмотря на постороннее влияние.

Изображения и скульптуры первобытных художников Прикамья являются, как правило, знаковыми символами. В этих работах прослеживается стремление к стилизации, упрощению форм и выразительной обобщенности образа.

В раннем, железном веке (восьмой — третий века до н.э.), в прикамском изобразительном искусстве происходят весьма примечательные изменения, как в тематике, так и в форме изображения тех или иных сюжетов.

В наскальной живописи Прикамья встречаются изображения человека или человекоптицы. Повторяются они и на культовых предметах. Изображение человекоптицы связано, очевидно, с представлением о способности человеческой души превращаться в птицу и улетать в неведомый мир. Налицо очень необычный и лаконичный символ!

В орнаментации посуды широко распространяется стилизованное изображение солнца — круг со штрихами лучей — это свидетельствует о развитии земледелия. Изображения диких и домашних животных, птиц с человеческой личиной на груди, украшают не только предметы культа, но и орудия труда, оружие, предметы быта, одежду и конскую сбрую. На надгробных каменных плитах высекались контурные изображения мужчин с оружием и украшениями, реже — изображения женщин в окружении зверей.

Наивысшее развитие изобразительного искусства Прикамья приходится на Ш-УШ века нашей эры. Этот период назван «золотым веком» Пермского «звериного стиля». Усиливается взаимосвязь с угорскими и тюркскими племенами, активно развивается скотоводство в хозяйстве местных племен. В религиозных верованиях получили дальнейшее развитие тотемистические представления и культ предков, начали выделяться культы главных антропоморфных божеств.

Сюжеты скульптурных изображений «звериного стиля» этой эпохи преимущественно связаны с сюжетами предшествующего времени — летящими птицами с личинами на груди, изображениями медведя, лошади и лося. Но появляются и новые сюжеты: крупные человеческие личины,



дополненные фигурами животных. Встречаются фигуры человеколопей и человеческие фигуры в их обрамлении, объемные фигурки животных и птиц, сцены борьбы между животными леса и степи.

Наиболее характерны композиции, включающие в себя фигуры животных, человека и фантастических существ. Последние показывают богатство и сложность духовного мира их создателей.

В IX—XV веках нашего времени искусство Прикамья переживает изменения в сюжетной трактовке, оно становится более схематичным. Очертания птиц, животных приобретают сухую геометричность контуров. Реалистичность передачи голов животных и птиц сменяется линейной орнаментацией. На груди птиц появляются грубые, реальные изображения человека и животных, орнамент приобретает самодовлеющую роль.

Произведения древних мастеров Прикамья отличает глубокое знание природы и, в то же время, свободное владение формой, полет творческой фантазии, метафоричность образов. Большинство из бронзовых отливок выполнены с изысканным изяществом, как правило, в едином ритмическом и стилизованном ключе. Эти работы просты и лаконичны по форме, но часто выражают сложный неодолеваемый смысл.

Скульптуры и наскальные рисунки Прикамья имели черты знаковой выразительности и художественного своеобразия и напоминают египетские иероглифические письмена, но в отличие от иероглифов, не предназначались для использования в качестве средства коммуникации.

Лаконичность формы, емкая образная метафоричность древних изображений и теперь во многом отвечают современным требованиям к создаваемым фирменным и товарным знакам, что подтверждает непреходящую художественную ценность далекого по времени прикамского искусства «звериного стиля».

На территории Украины в разное время были найдены многочисленные памятники культуры древности. Среди них имеются и такие, которые представляют значительный интерес и свидетельствуют о взаимосвязях и преемственности культур в самые отдаленные времена.

На Волыни и Львовщине при раскопках были найдены в большом количестве крестооб-

разные бронзовые подвески-обереги, датируемые XI-V-XI веками до нашей эры. Такие подвески фактически представляют собой материализованные знаки. В 1968 году В.К. Свешников опубликовал статью «О символике вещей Михайловских кладов». В статье обращено внимание на то, что подвески своей формой напоминают сирийские и древнеегипетские кресты с ушком — символ и иероглиф жизни. Такие кресты на многих изображениях держат в руке египетские боги.

Оригинальные украшения посуды, одежды и других предметов быта древних наряду с декоративной функцией несли в себе, в известной мере, элементы знаковой символики.

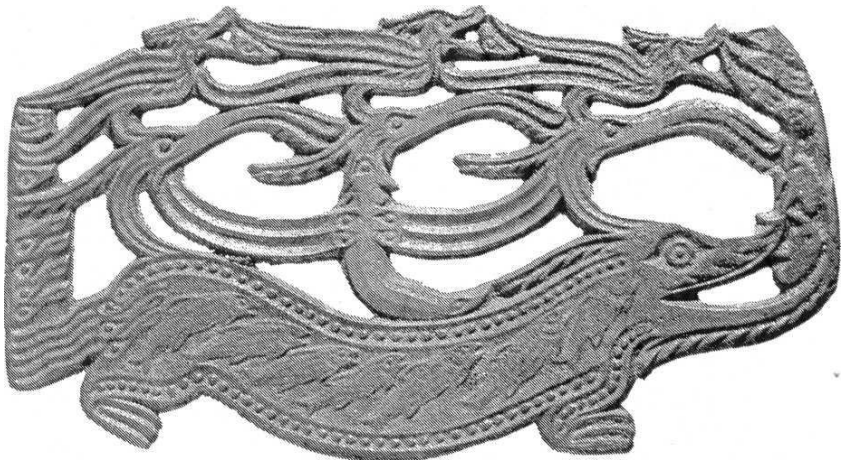
В орнаментах на керамике и орудиях труда эпохи бронзы Северной Украины можно выделить группу знаков, которые несут определенную символическую нагрузку. Значения таких древних символов, как круг и крест, распространенных по всему миру, имеют один и тот же смысл — солнце, огонь. Посредством изменения этих двух основных изображений и их комбинаций возникают другие значения символов — крест в круге — воплощение неразрывности солнца и огня, розетка — воплощение связи солнца с растительным миром, крест с крючками — колесо Юпитера (круг с шестью спицами) — один из самых распространенных солярных знаков. Эти и другие подобные знаки встречаются во всех культурах Северной Украины.

Солярные знаки иногда встречаются в орнаментах в сочетании с растительными символами. Наибольшее распространение имели следующие символические знаки: деревце с поднятыми вверх ветвями и многолепестковая розетка. Орнаменты на древней украинской посуде в своей основе связаны с обожествлением сил природы, солнца, воды и, особенно, растений.

Распространенными элементами орнамента являлись треугольники. Принято считать, что наиболее часто встречающимся символом земледелия является треугольник. Естественно предположить, что треугольники сточками внутри символизируют засеянное поле. Довольно часто встречаются сосуды, украшенные фризом из треугольников, заштрихованных в различном направлении. Возможно, этот мотив является символом вспаханного поля.

На сосудах Лесостепной Украины встречается узор, построенный по принципу ритмического повторения спирали, переходящей в бегущую волну, либо в виде обособленных элементов этого мотива. Магическое значение этого спирального орнамента известно с давних пор. Чаще всего он рассматривается как символическое выражение воды и солнца. Спираль показывает непрерывность бега солнца и воды, путь восхода и захода солнца.

Исключительный интерес представляет рассмотрение находок археологии — тамги, клейма,





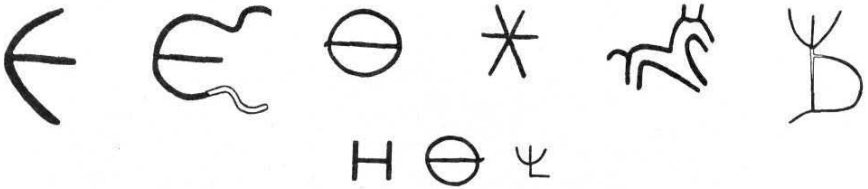
Знаки на черепицах IX–X вв.



Поселения на Южном берегу Крыма. Знаки на черепицах IX–X вв.
(Раскопки 1965–1969 гг.) (по Е.А.Паршиной).



Херсон. Буквенные и условные знаки на черепицах XIII в.



Эски-Кермен. Знаки на черепицах XIII в.



Мангул. Знаки на черепицах XII–XIII вв.



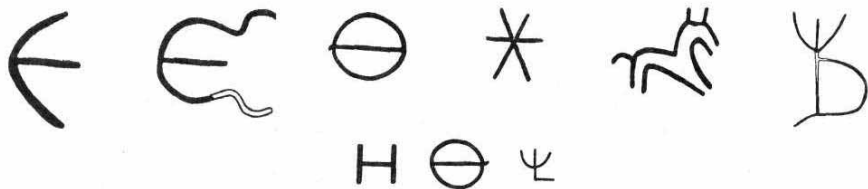
Знаки на черепицах IX-X вв.



Поселения на Южном берегу Крыма. Знаки на черепицах IX-X вв.
(Раскопки 1965-1969 гг.) (по Е.А.Паршиной).



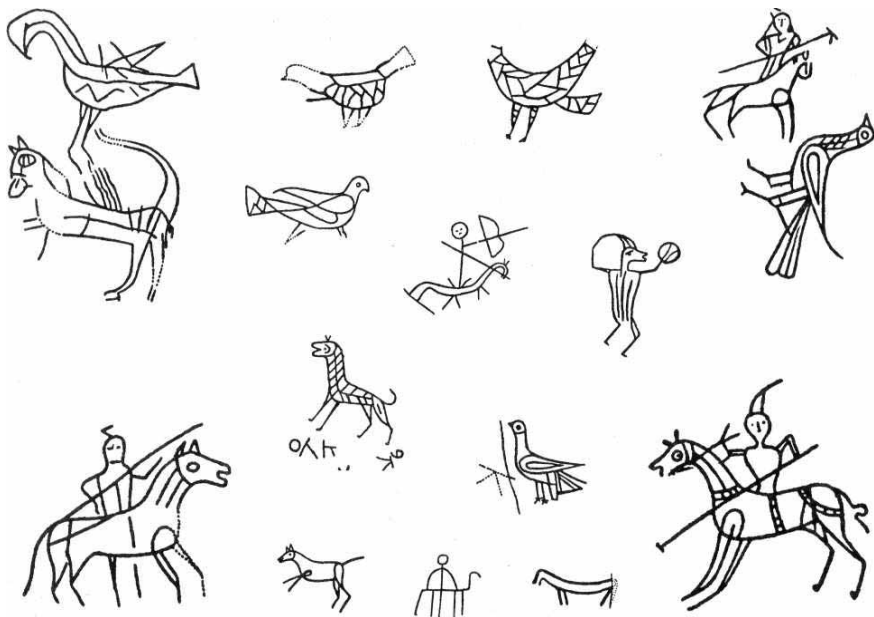
Херсон. Буквенные и условные знаки на черепицах XIII в.



Эски-Кермен. Знаки на черепицах XIII в.



Мангуп. Знаки на черепицах XII-XIII вв.



Херсон. Изобразительные знаки на черепицах XIII в.

а остальные наследники получают именные знаки — «отпятныши», в которых к отцовскому знаку прибавляются детали.

В 1933 году вышла книга И.И. Мещанинова «Загадочные знаки Северного Причерноморья». В ней автор поднимает вопрос об общности многих тем у разных народов. Он утверждает, что знаки первоначально были изображениями тотемов — покровителей родов. Потеряв с развитием общества свое тотемное значение, они на определенном этапе могут быть осмыслены и получить названия по сходству с реальными предметами окружающей жизни или действиями и превратиться в пиктограмму. Мысль о первоначальном значении знаков, как изображения тотема, подтверждалась впоследствии многими фактами из этнографии отдельных народов.

В 1959 году опубликована книга Э.И. Соломоник «Сарматские знаки Северного Причерноморья», где были собраны и проанализированы

известные к тому времени знаки данного круга. Автор относит появление знаков ко времени родового строя. С появлением частной собственности знаки становятся свидетельствами собственности, которую они ограждают от посягательств.

Знаки, нанесенные при изготовлении предметов и ремесленных изделий, могут быть личным знаком мастера или знаком владельца мастерской, даже царя (в царской мастерской). При домашнем производстве они могут быть также знаком собственности изготовителя. Знак, процарапанный после (на готовом предмете) — знак владельца вещи, знак собственности.

В статье М.Д. Полубояринова «Знаки на золотоордынской керамике» автор подтверждает мысль о том, что возникновение знаков-тотемов относится к периоду родового строя. С появлением частной собственности родовые тотемы постепенно трансформировались в личные знаки.

Эта мысль подтверждается иллюстрациями знаков V-VIII веков н.э.

В том же сборнике имеется сообщение о найденной на Северном Кавказе керамике V-VIII веков с маркировкой другого типа, с преобладанием круглых форм.

В книге «Декоративное искусство средневековых хакасов» Л.Р. Кызласова и Т.Т. Король опубликованы знаки VI-X веков на посудной керамике. Они похожи на золотоордынские, но в них больше сюжетов окружающей природы.

Общий обзор древних знаков позволяет заключить, что основными изобразительными мотивами для них служили: круг, спираль, крест, треугольник, четырехугольник, двузубец, трезубец, стилизованная птица, птичья лапка, ёлочка, полосы.

Товарные знаки дореволюционной России периода становления в стране капиталистического способа производства были перегружены изобразительными деталями, элементами украшения.

Многие знаки носили иллюстративный характер, напоминая книжные буквы или концовки.

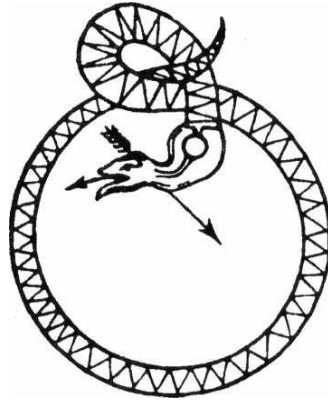
Круг сюжетов и символика знаков XIX и начала XX веков, в своей основе, были традиционно европейскими. Изображались животные и растения, люди, их головы, руки, ноги, одежда, обувь, различные виды товаров, архитектурные и пейзажные мотивы, солнце, луна, звезды, геометрические фигуры, сочетание букв и словесных обозначений.

Плановая советская экономика послевоенного периода не признавала рыночную конкуренцию, отсюда упадок рекламы и весьма формальное отношение к маркировке товаров.

С начала 60-х годов начинаются активные экономические связи с зарубежными странами, и законодательно регламентируются вопросы маркировки товаров, регистрации товарных знаков и знаков обслуживания.

В 70-80 годы в СССР процесс разработки товарных знаков и знаков обслуживания стабилизировался почти повсеместно на достаточно высоком уровне. Вновь создаваемые знаки отличались запоминающейся образной символикой и изыском графической формы.

В то же время, все острее чувствовалась необходимость обновления, нахождения новых форм и подходов в разработке товарных знаков и знаков обслуживания. Стал появляться интерес



к опыту прошлого. Не случайно, во 2-м номере московского журнала «Реклама» за 1995 год была опубликована подборка товарных знаков XIX века. Считаю, нам и теперь не помешает ознакомиться с некоторыми из этих знаков.

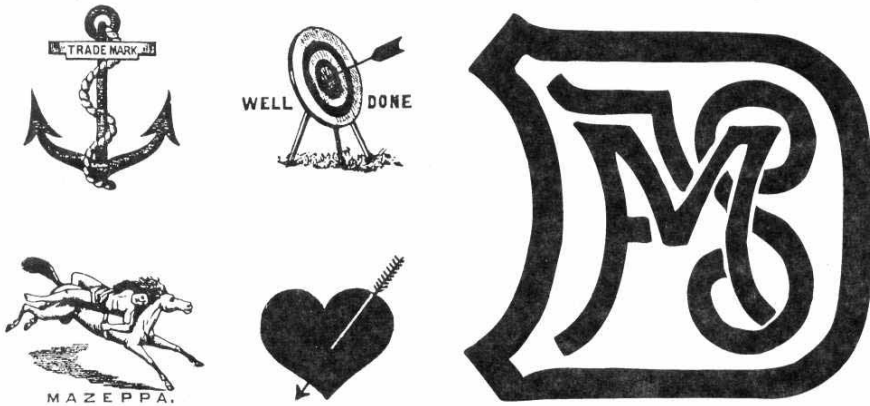
Их отличает сюжетное разнообразие, свобода трактовки и выражения. Простейшие плоскостные композиции, типа: сердце, пронзенное стрелой, соседствует со сложными знаками, содержащими геральдические мотивы и весьма наглядное представление о материальной ответственности маркируемых товаров.

Крылатые змеи, диковинные животные и растения давали тогдашнему покупателю, потребителю, широкую возможность, увидев знак, понять его символический подтекст, ясный для развитого мышления людей того времени.

За истекшее время очень многое коренным образом изменилось как в экономике, так и в культуре. Теперь реклама создается и воспринимается по-иному, иные пути и у вновь создаваемых знаков. Главное назначение товарных знаков, их роль — в рекламной деятельности.

Поэтому знак должен всегда восприниматься свежо, быть привлекательным и красивым!

С начала 90-х годов, в связи с возникновением в Украине множества частных фирм, обществ и предприятий, разработка знаков, фирменных стилей предприятий, рекламных комплексов выполняется недостаточно квалифицированными специалистами. Это не позволяет



делать достаточно убедительные выводы об общих тенденциях развития дизайна знаков этого периода.

Что же касается применяемой символики в товарных знаках, знаках обслуживания Украины и других стран бывшего Советского Союза, то она достаточно разнообразна. К используемым символам и сюжетам добавились, естественно, и характерные приметы современности, достижений компьютерных технологий. Вновь возникающие словообразования дают почву для словесных знаков совершенно нового звучания.

Учитывая вышесказанное можно предположить, что в дальнейшем будет регистрироваться гораздо больше словесных товарных знаков,

в особенности знаков обслуживания. Это не удивительно, так как названия новых фирм очень разнообразны, и многие из них обладают качеством новизны, а это необходимо для регистрации в качестве товарного знака.

Но самое главное состоит в том, что для рекламы на телевидении и радио словесные знаки несравненно удобнее изобразительных.

В сфере непосредственной торговли, где покупатель встречается с товаром или его знаком, броские изобразительные и комбинированные знаки более запоминаемы и различительны. Для фирм и предприятий разного профиля будут и впредь требоваться товарные знаки всех существующих видов.



Разновидности знаков

Необходимо внести ясность по целому ряду знаковых систем, которые играют важную роль в повседневной жизни общества, но не будут предметом подробного рассмотрения в настоящем издании.

В наше время наука, культура, производство и сфера быта используют и приумножают большое количество разнообразных знаковых систем, которые разделяются по функциональному назначению.

Первую группу составляют отличительные знаки. К таковым относятся все виды знаков рекламного назначения, т. е. фирменные, товарные, знаки обслуживания, издательские марки, личные и книжные знаки.

Наряду с юридической (защитной) функцией и функцией маркировки, знакам этой группы необходим больший уровень графической индивидуальности, чтобы они могли запоминаться легко и быстро, идентифицируясь с товаром или его производителем. Для достижения этого требования необходимым отличительным свойством знаков должна быть оригинальность смыслового и композиционного решения, высокая культура графического исполнения. Примером может послужить знак, выполненный для ростовского магазина «Модный», представляющий заставку этого раздела.

Ко второй группе знаков относятся учебные знаки. Восприятие и запоминание этих знаков, как правило, связано с обязательной необходимостью. Сюда относятся все математические

знаки, знаки кибернетики, техники, знаки ориентации, музыкальные нотные, знаки корректуры, знаки на домашних приборах, текстильных изделиях и многие другие. Некоторые из учебных знаков пришли к нам из древности и могут считаться законченными, как, например, знаки математики или ноты в музыке. Другие знаки, как, например, дорожные или знаки техники, находятся в развитии и зависят от соответствующего уровня техники на каждый данный момент.

К третьей группе относятся читаемые знаки. Сюда входят пиктограммы (указатели служб, услуг, мест общественного пользования), ориентирующие символы соревнований, ярмарок, торговых центров и др.

Между читаемыми и учебными знаками иногда трудно провести границу. Некоторые учебные знаки являются читаемыми, но в то же время могут быть поставлены в один ряд с пиктограммами. Поскольку пиктография — это образное выражение понятий через связанный с изображенным предметом смысл, должна нести ясную информацию, которая легко считывается. Таким образом передается четкая информация или помощь для ориентировки. Необходимым условием при создании читаемых знаков является их смысловая и графическая ясность, доступность для восприятия и быстрого понимания всеми возрастными группами населения и приезжающими иностранцами.

В пиктограммах исключается применение каких-либо букв и слов. Применение пиктограмм и ориентирующих символов наиболее целесообразно там, где происходит оживленное движение международной публики. Это фестивали, соревнования, международные выставки и ярмарки. Оно уместно также в больших универсальных магазинах и, конечно, на транспорте. К читаемым знакам относятся также знаки безопасности, снабженные, как правило, сигнальными цветами: красным, желтым, зеленым и синим, которые соседствуют на пиктограммах с белым и черным цветами. Такие знаки используются там, где что-либо запрещается («не прикасаться», «вход запрещен», «опасные химикаты», «опасно», «берегись груза», др.)

В предлагаемом учебном пособии основной целью является подробное рассмотрение проблемы создания и использования в рекламных целях отличительных знаков, то есть товарных знаков и знаков обслуживания. Ставится задача проана-

лизировать авторский творческий процесс разработки знаков для конкретных фирм и предприятий. Отличительные графические знаки делятся на изобразительные, шрифтовые (буквенные), словесные (знаки-логотипы) и комбинированные знаки, в которых могут сочетаться элементы трех названных выше знаков.

В многочисленных исследованиях анализируются психологические основы, сознательные, подсознательные «обольщающие» мотивы. На помощь привлекаются статистика, психология, социология и математические исследования. Все обращено на поиск средств, путей и методов обработки потребителя, т. е. обработки спроса со стороны предложения. Потребитель является объектом изучения, чтобы выяснить, как, где и когда он должен совершить покупку и каково влияние фирменной марки на этот процесс, венчающий все мероприятия по рекламе. Отсюда выходит, что товарный знак (марка) должен соответствовать общему характеру и виду товара, являясь концентрированным выражением его наивысших свойств.

Товарный знак должен быть лаконичным и простым, хорошо опознаваемым. Слова, шрифт, изображение, составляющие знак, должны нравиться потребителю и хорошо запоминаться.

Во всех странах, в том числе и у нас в Украине, вновь создаваемые знаки подлежат обязательной регистрации на правительственном уровне, для получения права их использования.

Государственное патентное ведомство Украины рассматривает и регистрирует товарные знаки и знаки обслуживания украинских предприятий и фирм в соответствии с «Международной классификацией товаров и услуг».

Целый ряд традиционных требований, содержащихся в положениях о товарных знаках Украины, необходимо знать и выполнять дизайнерам знаков. Вот некоторые из них:

Товарный знак и знак обслуживания представляют собой оригинально оформленное художественное изображение (оригинальные названия, отдельные сочетания букв, цифр, монограммы, художественные композиции и рисунки в сочетании с буквами или без них и т.п.), служащее для отличия товаров или услуг одного предприятия от однородных товаров или услуг других предприятий и для их рекламы.

Не допускаются к регистрации в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или

сходные с товарными знаками, ранее зарегистрированными в Украине для однородных товаров или охраняемыми в силу международных соглашений, участницей которых является наша страна, а также с обозначениями, ранее заявленными на регистрацию в качестве товарных знаков для однородных товаров. Основным критерием сходства изобразительных шрифтовых и комбинированных обозначений является общее зрительное впечатление, производимое ими при сравнении.

Фонетическое сходство является основным фактором сходства словесных обозначений.

Не регистрируются в качестве товарных знаков обозначения, вошедшие во всеобщее употребление в качестве обозначения товаров известного рода, а также общепринятые символы и термины, связанные с определенной деятельностью.

К обозначениям, вошедшим во всеобщее употребление в качестве обозначения товаров известного рода, относятся те, которые были зарегистрированы как товарные знаки, но воспринимаются потребителем как родовые или видовые наименования товаров из-за утраты различительной способности вследствие независимого друг от друга неоднократного их применения различными лицами для одного и того же товара или для товаров одного вида. Например: Нейлон, Рубероид, Целлофан, Шампунь и др.

К общим символам, связанным с определенной деятельностью, относятся обозначения, непосредственно указывающие на отрасль промышленности или область деятельности, к которым относятся товары или услуги, содержащиеся в перечне товаров или услуг заявки. Примеры таких обозначений: изображения гаек, гаечных ключей, шестерен для ремонтных предприятий, игла с ниткой, ножницы, предметы одежды для швейных предприятий, колосья и калачи для хлебопекарен и т. д.

Не регистрируются обозначения, состоящие из отдельных букв и сочетаний букв, не обладающих словесным характером, т.е. не воспринимающиеся как слово или неудобно произносимые с точки зрения языка, на котором регистрируется знак. Сюда относятся так называемые аббревиатуры — простое сочетание начальных букв названия предприятия, например: ХЗТМ — Харьковский завод транспортного машиностроения. Также не могут быть зарегистрированными в качестве товарных знаков:

а) Государственные гербы, факсимиле, печати, клейма, знаки международных организаций,

если на это нет согласия соответствующих органов.

б) Изображения, состоящие исключительно из текста, содержащего сведения о времени изготовления товара, адресе предприятия, цене, количестве, мере и т.п. в тех случаях, когда такие сведения дополняют основное изображение знака, в качестве товарного знака может быть зарегистрировано только основное изображение без этого текста. Такой текст может быть помещен вместе с товарным знаком, но не на изображении самого знака.

в) Изображения, противоречащие общественным интересам или аморальные по своему содержанию.

г) Изображения, способные ввести в заблуждение покупателя относительно изготовителя или места производства товара, географические обозначения, которые могут быть восприняты как указания на место нахождения изготовителя товаров, не регистрируются в качестве товарных знаков, так как регистрация их на имя одного предприятия ущемляет права всех остальных предприятий, находящихся в той же местности, и лишает их возможности использовать эти обозначения для маркировки и рекламы своих товаров.

д) Изображения, противоречащие международным соглашениям, в которых участвует Украина.

Торговое предприятие или фирма вправе помещать на реализуемых ими товарах, изготовленных по его специальному заказу (по образцам, особым рецептам и т. д.), вместо товарного знака предприятия-изготовителя или наряду с ним свой товарный знак или знак обслуживания.

Поскольку право на товарный знак исключительное, пользоваться им может только данное предприятие или фирма, зарегистрировавшие знак на свое имя. Регистрация товарных знаков, кроме того, ставит своей целью прекратить незаконное использование другими предприятиями, одноименными или сходными с зарегистрированными товарными знаками, и предотвращает применение сходных товарных знаков в маркировке аналогичной продукции.

В государственном патентном ведомстве Украины по всем представленным на регистрацию товарным знакам проводится экспертиза новизны в пределах данных классов товаров. Эта экспертиза производится по фонду знаков Украины, знаков ближнего и дальнего зарубежья, если товар

может экспортироваться за границу. В случае нахождения сходного или идентичного знака рассматриваемый знак принимается к регистрации, о чем выносится соответствующее решение, в котором указывается дата приоритета товарного знака, исчисляющегося со дня поступления знака в патентное ведомство.

Товарный знак (знак обслуживания) регистрируется на срок, указанный заявителем, но не более чем на 10 лет.

Одновременно с продлением срока действия товарного знака могут быть внесены в него некоторые композиционные изменения, которые, в то же время, не должны изменять существа и общего зрительного облика данного товарного знака.

Товарные знаки и знаки обслуживания принимаются к регистрации в черно-белом исполнении, а после того, как они зарегистрированы и владелец знака получил право на исключительное использование, он может в средствах печатной рекламы и упаковки при воспроизведении знака применять любые цвета.

В тех случаях, когда украинские товары предназначаются на экспорт, их производители или торговые фирмы должны через Торгово-промышленную палату Украины зарегистрировать соответствующие товарные знаки в странах, где будут продаваться экспортируемые товары. Необходимо избегать поставок товаров в другую страну с товарным знаком, аналогичным зарегистрированному на имя какой-либо иностранной фирмы в этом государстве. В результате такого совпадения может возникнуть конфликт. Конфликтующая фирма, пользуясь исключительным правом на зарегистрированный ею ранее товарный знак, может через международный арбитраж потребовать ареста продукции и возмещения убытков от нарушения исключительного права на товарный знак. Нарушение таких прав ведет не только к предъявлению иска, материальным убыткам, но, в конечном счете, к потере рынка сбыта в этой стране.

Создавая оригинал товарного знака, художник должен представлять, каким образом будет использоваться знак при маркировке, какие технологические приемы будут применяться для его воспроизведения: на самом изделии, этикетках, ярлыках или на его упаковке.

Маркировка бытовых приборов зачастую производится оригинально и составляет единое целое с изделием. Так, иногда в пластмассовую

ручку цветного эмалированного кофейника вделана блестящая металлическая пластинка с изображением товарного знака. Эта небольшая деталь, благодаря своей найденности и эффектной подаче, играет, несомненно, большую рекламную и декоративную роль.

На фарфоровой и фаянсовой посуде маркировка производится, главным образом, при помощи штампа на внешней стороне дна, а затем покрывается глазурью.

На электроприборах и посуде, отлитых из металла и пластмассы, маркировка производится одновременно с литьем, т.е. заранее гравировается в отливочной форме. Подобным образом выглядит маркировка на различных изделиях из металла, полученная при помощи штамповки.

Как правило, при помощи контррельефного штампа маркируется обувь, товарный знак наносится на подошву или стельку обуви.

Многочисленные изделия из пластмасс маркируются, главным образом, при помощи бумажных наклеек, создающих дополнительный декоративный и рекламный эффект. Однако на солидных литых изделиях иногда применяют рельефную маркировку, гравированную на пресс-форме. На станках, бытовых приборах и игрушках маркировка производится при помощи самоклеящейся пленки из пластика с цветным изображением товарного знака. На некоторых станках и электроприборах для маркировки используют металлические накладки, т.н. шильды, где товарный знак и другие данные наносятся жароустойчивыми красками.

Маркировка многих товаров производится комбинированно, например: ножи, вилки, инструменты, изделия из металла с ручками из пластмассы маркируются штампами по металлу и пластмассе отдельно, кроме того, товарный знак наносится и на упаковку.

Часто одно и то же изделие маркируется знаками двух и более фирм, принимавших участие в его изготовлении. Наиболее распространенные примеры в швейной промышленности, где в одном изделии могут маркироваться отдельно меховой воротник с пошивом или шерстяной вязкой. В таких случаях применяются разные нашивки и подвесные ярлыки из фольги и картона.

Маркировка пищевой и кондитерской продукции связана, в основном, с нанесением знаков на этикетках и упаковках, что значительно

усиливает привлекательность, товарный вид упаковки и повышает рекламный эффект.

Из этого, далеко не полного, перечня примеров должно стать очевидным, как велики ответственность и возможности дизайнера-графика, работающего в сфере производства и рекламы.

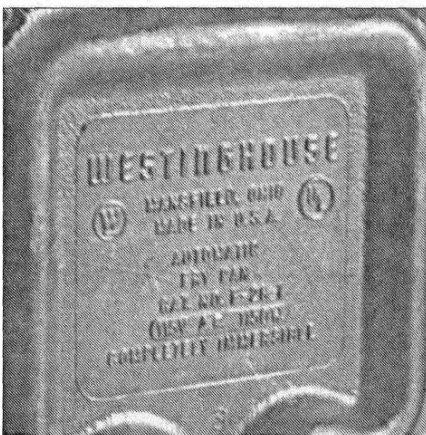
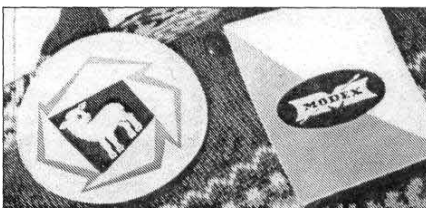
Разнообразно и эффектно примененная маркировка изделий должна стать дополнительным рекламным фактором, дающим экономический эффект.

Современная мировая промышленность выпускает огромное количество предметов потребления — всевозможных бытовых машин и приборов. Это резко усилило конкурентную борьбу на мировых рынках. Производители постоянно ищут средства для привлечения покупателей. Одним из таких средств в промышленности и торговле является дизайн, завоевавший в послевоенные годы прочные позиции на рынках всех экономически развитых стран. Сегодня уже ни одна отрасль промышленности не может обойтись без дизайна.

Важную роль в продвижении товара играет и реклама. В обычном понимании реклама — это печатное, рукописное или устное уведомление, исходящее от рекламодателя о товаре или чем-то другом, с целью привлечения покупателей, или для расширения клиентуры, или для того, чтобы заставить людей приобрести товар, или прибегнуть к предлагаемым услугам.

На международных рынках хорошо поставленная реклама во многом определяет успех производственной и торговой деятельности, что, в свою очередь, содействует быстрейшему внедрению в жизнь последних достижений ученых, изобретателей, конструкторов и дизайнеров.

Предприниматели экономически развитых стран постоянно затрачивают на разветвленную, непрерывно действующую рекламу колоссальные средства. Еще в 70-х годах затраты крупных фирм на рекламу уже составляли до 10% всех капиталовложений. С 50-х годов в крупных городах стали возникать универсальные магазины самообслуживания. Эта форма торговли в корне изменила соотношение «товар—покупатель», т. е. почти полностью выпало важное звено посредника-продавца. Это повлекло за собой коренное изменение постановки печатной рекламы и оформления огромного количества упаковок штучных товаров. Пояснительные тексты и изображения



на упаковках стали выполнять функцию посредника между товаропроизводителем и потребителем.

В современной рекламе все больше увеличивается удельный вес информативной функции взамен вербовочной. Социологические исследования выявили, что самым действенным рекламным плакатом является информативный, т.к. он в 20 раз действует сильнее, чем вербовочный.

От печатной рекламы потребовалась не только большая насыщенность информацией, но, что особенно важно, умение придать индивидуальные запоминающиеся признаки во внешнем облике товаров каждой данной фирмы.

Интенсивные поиски наиболее действенных средств комплексной рекламы привели к тому, что отдельные компании и фирмы стали создавать при помощи дизайна единый стилевой комплекс, включающий в себя производственные и торговые помещения, средства транспорта, выпускаемые товары и рекламу. Это нововведение окончательно сложилось в 50-е годы и получило название «фирменный стиль». Фирменный стиль — это не только внешнее проявление лица предприятия, выражающееся в своеобразном, свойственном только ему графическом оформлении. Речь идет не о кратковременных рекламных компаниях, а о придании предприятию особого лица, обладающего особыми признаками.

Уже давно замечено, что избыток распространяемой по разным каналам рекламной информации снижает ее действенность. В то же время, фирменный стиль способствует созданию у публики привычных стереотипов, благодаря которым реклама становится более избирательной, доходчивой, адресной, а рекламируемые изделия или услуги выделяются из множества подобных, предлагаемых другими фирмами.

Весь комплекс фирменного стиля призван создавать у клиентуры определенное представление о качестве продукции или услуг данного предприятия. Длительная и трудоемкая работа по разработке фирменного стиля в зарубежной практике обычно называется координацией дизайна, и решается она как одна из проблем системного проектирования.

В основу художественно-конструкторской разработки фирменного стиля обычно кладутся как главные его элементы: фирменный знак и логотип, фирменные цвета и фирменный шрифт. Чаще всего повторения этих главных элементов

в формообразовании и рекламной графике составляют основу фирменного стиля.

Повышенные требования предъявляются к разработке фирменных и товарных знаков, являющихся ключевыми элементами фирменного стиля. Знак должен всегда отличаться новизной, выделяющей его из ряда других, служить легко запоминающимся сигналом для покупателей, потребителей.

Маркировка производится на всех изделиях, упаковке, средствах рекламы, поэтому изображение знака во всех вариантах по своему начертанию, размеру и цвету должно отвечать высоким эстетическим требованиям. В методических рекомендациях по любому фирменному стилю предлагаются подходящие или специально разработанные гарнитуры наборных шрифтов для предстоящей рекламной деятельности.

Специфический характер носит разработка знаков, предназначенных для движущихся объектов. Основные элементы знаков должны располагаться параллельно движению объекта (вагона, автомобиля и т.п.). В процессе создания таких знаков необходима экспериментальная проверка восприятия их в движении, при различном освещении, в разных цветовых вариантах. В практике многих предприятий вместе со знаком используется фирменная надпись, так называемый логотип, включающий полное или сокращенное название фирмы.

Логотип должен легко и быстро прочитываться, поэтому для логотипов чаще всего используются шрифты простой геометрической формы. Начертание логотипа увязывается с фирменным шрифтом и товарным знаком, если он разрабатывается отдельно.

Товарный знак должен быть простым для восприятия и изображения, сочетаться с текстами и другими элементами фирменного стиля. Но если разработанный знак выступает «сам по себе», если имидж фирмы держится исключительно на «красивости» знака, то такой знак мало пригоден для того, чтобы стать основой фирменного стиля и проявлять себя не только самостоятельно, но и как часть определенной структуры. Образно говоря, знак должен быть своеобразным «флагманом» в графическом ряду, созданном на его основе и образующим ту индивидуальную среду, которая представляет собой визуальный облик фирмы.



Во всех случаях товарный знак должен воспроизводиться точно в таком виде, в каком он зарегистрирован. Не следует также включать товарный знак в дополнительные круглые или любые другие рамки, либо его сочетать с другими посторонними элементами, если это не предусмотрено дизайнером-разработчиком. В то же время, в рекламных изданиях знак может печататься в любой цветотональности.

В настоящее время многие фирмы используют логотипы, выполненные при помощи обыкновенного набора какого-либо полиграфического шрифта. Но практика показывает, что значительно выигрывают логотипы, в которых обезличенность набора нарушается с помощью различных остроумных приемов компоновки букв или некоторых их изменений. Тем самым достигаются образное своеобразие и запоминаемость логотипа.

В качестве примеров воспроизведен логотип фирмы «Вестингауз». В нижней строчке выделены три буквы «СТС», нестандартность их начертания придает оригинальность логотипу. То же самое можно сказать о масштабном увеличении буквы «а» в знаке-логотипе фирмы «Браун».

Не менее важным элементом фирменного стиля является фирменный цвет. Наряду с фирменным знаком и шрифтом он имеет исключительное значение для идентификации фирмы. Считается, что цвет более всего способствует установлению контакта между фирмой и покупателем. Цвет воспринимается и запоминается значительно быстрее изобразительной и письменной информации. Цвет становится особенно активным элементом при окраске больших площадей фирменных зданий, крупных автофургонов, цистерн и т.п. В современной практике фирменный цвет все чаще используется не только в рекламе, но и как один из стилеобразующих



факторов при создании выпускаемой промышленной продукции.

Комплексным дизайном и разработкой фирменного стиля для солидных фирм, как правило, занимаются специальные научно-исследовательские институты и художественно-конструкторские бюро и рекламные агентства.

Следует отметить, что разработка фирменного стиля требует длительного времени, серьезных усилий и значительных материальных затрат.

Создание товарных знаков и знаков обслуживания



Созданию полноценных товарных знаков, так же как и знаков обслуживания, способствует ответственное отношение к этому процессу как художников-разработчиков, так и самих руководителей предприятий и фирм. Обычно заказчик четко знает, что хочет получить от художника, учитывая, какие далеко идущие последствия будет иметь введение знака для успешной вербовки покупателей или потребителей. От художника-разработчика знака требуется гораздо больше, чем только графическое изображение. Он должен тонко чувствовать особенности использования знака в рекламных средствах, знать технические и технологические способы маркировки и, в то же время, все эти специфические требования не освобождают проектанта от обязанности работать с художественной, культурной и, в конечном счете, политической ответственностью.

Закономерности графического искусства прямо относятся и к знаковой графике. Художнику нужно находить пропорции, ритмические соотношения, добиваться контрастов, гармонии и тональной цельности. Все эти средства необходимы для создания оригинального, хорошо запоминающегося знака — символа, отличающегося непременно новизной решения.

Из сказанного становится ясным, что знак должен быть произведением искусства. Поэтому лаконизм хорошо найденного знака должен цениться за емкость содержания и образную выразительность. К сожалению, это положение далеко не всегда находит понимание среди заказчиков-производственников, когда возникает вопрос о стоимости



квалифицированной, серьезной разработки знака. При виде готового решения оригинала товарного знака со стороны может показаться, что путь поиска и процесс создания весьма прост. Безусловно, такое мнение в корне неверно.

Разрабатывая товарный знак, художник должен четко представлять профиль предприятия, так как знак будет олицетворять продукцию данного предприятия, данной отрасли и по своему графическому виду и содержанию должен им соответствовать. По удачно разработанному знаку можно определить для предприятия к какой отрасли он относится. Например, для тяжелого машиностроения или для галантерейной продукции, мебельного производства или товаров для детей. Исходя из этого следует заключить, что товарный знак должен быть тяжелым или легким, изящным, прочным, твердым, мягким, серьезным или веселым, элегантным или грубым и т.д. При этом нужно учитывать психологический фактор, предусмотрев, какая категория людей будет сталкиваться со знаком. В детских товарах импонируют сказочная тематика, добродушный юмор и яркая красочность оформления. Женщинам нравятся орнаментальные мотивы, утонченные изысканные формы. Мужчины, в своем большинстве, любят спортивную тематику, ясную лаконичность и строгость форм.

Поскольку уже давно знаки используются не только для изображения на этикетках, служебных бланках и конвертах, но и при различных способах маркировки и в средствах печатной рекламы, то очень важно заранее предусмотреть возможности технологии воспроизведения знаковых изображений. Каждый материал и каждый рабочий процесс имеют свои особенности. Поэтому положительный результат можно обеспечить тогда, когда это с самого начала принимается во внимание и учитывается в проекте.

Серьезным моментом в выборе образного решения знака является определение того, можно ли

название предприятия взять за основу графического решения знака или следует найти символ для изделия предприятия, а может быть есть смысл найти оригинальное сочетание букв отдельно или в сочетании с изобразительными элементами. Следует хорошо подумать, явится ли целесообразным изображение товара, название предприятия или более правильным будет абстрактное изображение. При разработке знаков следует избегать натуралистических изображений.

С учетом всех перечисленных требований, весьма существенно еще и то, что с их помощью должна достигаться оптически сильная и четкая форма товарного знака или знака обслуживания, для того чтобы создать возможность активного воздействия на память потребителя.

Убедительным подтверждением сказанному может служить товарный знак майсенского фарфора, т.н. «Голубые мечи». Они не имеют явной связи ни с продуктом, ни со способом изготовления или названия фарфоровой мануфактуры г. Майсен. Символ скрещенных мечей произошел из герба саксонских курфюрстов и в течение более 250 лет исполняет свои функции. Голубые майсенские мечи являются свидетельством того, что сильный знак может получить всемирное признание и без хорошей читаемости, только благодаря постоянному применению и за счет высокого качества выпускаемой продукции. Таким образом, для товарного знака прежде всего важна запоминающаяся оптическая форма и, в меньшей степени, связь с продукцией, заводом или названием.

Второй поучительный пример в книге З.Крафта касается знака для красочной фирмы Гунтер Вагнер «Пеликан». Мы приводим все 6 уточнений знака с начала его создания в 1878 и до окончательного варианта послевоенного 1952 года.

Во всех случаях композиция знака и его содержание не изменялись, и лишь в окончательном виде вместо четырех птенцов остались два из-за общего упрощения и укрупнения деталей знака.

Примеров бережного сохранения старых, получивших известность, знаков — множество. Это говорит об уважении традиций и умении сохранять стойкую популярность зарекомендовавших себя фирм. Из подобных примеров необходимо делать выводы, особенно тем руководителям, которые нередко начинают деятельность с замены фирменного знака предприятия, а не с улучшения технологий и качества производимых товаров.



Изобразительные товарные знаки и знаки обслуживания

Изобразительными знаками могут быть изображения форм природы и предметов, выпускаемой продукции, элементов символики, абстрактные мотивы, орнаментальные элементы и др.

Знакомство с памятниками древней культуры и материалами этнографии позволяет сделать вывод, что именно изобразительные знаки являются наиболее древними спутниками человека на земле.

Чем дальше, тем труднее создателям товарных знаков находить яркие полноценные решения, особенно если разработчик обращается к сюжетам от исходных материалов изделий или к их непосредственному изображению. Слишком много всего этого изображалось ранее, а поэтому затруднительно разработать патентоспособный знак. Успешно преодолеваются трудности обычно теми дизайнерами, у которых развиты фантазия, чувство юмора и ассоциативное мышление.

Сильные и хорошо запоминающиеся знаки, как правило, не несут в себе конкретной производственной распознаваемости, но это не снижает их достоинств. В качестве подтверждения сказанного рассмотрим несколько примеров, показывающих, что смысловой основой знаков могут являться неожиданные, а порой — парадоксальные решения.

При разработке знака для Генического райпромкомбината все производственные и товарные мотивы не могли лечь в основу композиции знака. Родилась мысль: Геническ — приморский город, море там мелководно, но много солнца.

Эта мысль осуществилась в изобразительном образе-знаке [1].

Замысел знака для Ярославского крахмально-пачочного комбината [2] имеет забавный сюжет: два хохлатых чибиса сидят на краях мисочки и по очереди попивают, наверно, кисель, сваренный из крахмала! В основе знака неожиданный сюжет, кроме того, изображены экзотичные птицы, населяющие летом берега водоемов центра и севера России. Такой знак легко запомнить и с другими его не спутать.

Для знака Рыбинской кондитерской фабрики была предложена орнаментальная форма перевертыш — две рыбки. Но это не просто ассоциация с названием города — места, где расположено предприятие, а орнаментальная [3] трансформация рыбок в изображении прятника, что фактически подсказывает местонахождение фабрики и помогает определить ее профиль.

Трудно найти оригинальное решение для предприятий и фирм, профиль которых зачастую весьма разнороден и трудно что-либо взять за основу изобразительного мотива знака. Нелегко сделать и тогда, когда товары или услуги однородны, и в этом направлении имеется множество аналогов-предшественников.

С таким примером пришлось столкнуться при разработке знака для Краснопереконского райбыткомбината. Название не вдохновляло, единственно, что привлекало внимание, это то, что вся деятельность предприятия была связана с услугами по обработке пленок [4] и изготовлению фотографий. В результате возник знак необычного вида. Это и птица и не птица, которая внимательно смотрит на тебя своим недремлющим глазом! Получился сильный, хорошо запоминающийся знак, и, уж если на то пошло, он тоже ассоциируется с фотографией, т.к. фотообъектив — это прежде всего искусственный глаз.

Примеров можно приводить множество. Так для Камышинской мебельной фабрики [5] был разработан знак, представляющий собой контурное изображение идущей справа налево лисицы. Как будто нет никакой логической связи с профилем производства и графическим решением. Однако, если присмотреться, можно увидеть сходство в изображении животного с легким креслом и, что особенно важно, обеспечивалась безусловная патентоспособность

знака, его новизна. С таким сюжетом в данном товарном классе не вызвала сомнений.

Для Харьковского научно-исследовательского института «Южгипрошахт» [6] знак решен предельно просто: под буквой «Х» (Харьков), похожей на лучистую четырехконечную звезду, органично чередующиеся черные и белая стрелки подсказывают характер деятельности института.

Часто заказчики активно диктуют условия художнику, не всегда со знанием дела, а то и просто из-за непомерных амбиций. Был случай, когда пришлось несколько раз обсуждать целый ряд вариантов знака обслуживания для Харьковской базы «Укралантерейторга» [7]. Ее директор все предложения отвергал, говоря, что это не то, но сказать, что ему нужно, затруднялся. Наконец у меня зародилась дерзкая мысль, говорю: «Я, кажется, придумал, что Вам нужно: лавры!» — «Да, лавры!».

И на следующей встрече мы пришли к взаимному согласию, нарядуному, почти геральдическому знаку было суждено украшать документацию Харьковской базы «Укралантерейторга».

В ряде случаев изобразительные знаки могут содержать в себе не только изображения предметного мира, но и буквы, цифры, даже слова, поданные в особой зашифрованной форме. Поэтому зачастую трудно провести четкое разграничение между изобразительными и другими видами товарных знаков.

В этом легко убедиться, рассмотрев знаки предлагаемых предприятий разного профиля: Пензенский завод безалкогольных напитков [8]; Летицевский лесхоззаг [9]; сахарный завод им. Ленина [10]; Харьковский НИИ «Молния» [11].

В книге «Товарные знаки. Создание, психология, восприятие» Д. К. Веркман, рассматривая изобразительные знаки, приводит интересные выводы известного теоретика искусства Р. Арнхейма, изложенные в его труде «Искусство и зрительное восприятие». Им рассматриваются произведения по следующим аспектам: сбалансированность, включая элементы тона и направления, форма, простота, перспектива, движение.

По мнению Арнхейма «сбалансированность в произведениях искусства, а это, мне кажется, относится и к изобразительным товарным знакам, очень важна, ибо «несбалансированная» композиция выглядит случайной, преходящей и поэтому несостоятельной. Художественное выражение

становится невразумительным», что, естественно, станет отвлекать внимание от основной функции товарного знака.

Рассматривая проблему верха и низа Арнхейм указывает, что нижняя часть рисунков, товарных знаков и т.п. обычно бывает тяжелее и шире верхней, как у зданий, обелисков и пирамид, что придает им зрительную сбалансированность. Но встречаются знаки, у которых верхняя часть тяжелее нижней. Это зачастую создает впечатление подъема, парения, ассоциируется с легкостью, с полетом.

Тот факт, что в мировой практике товарные знаки самым серьезным образом рассматриваются наравне с другими произведениями искусства и играют важную роль в рекламной практике, лишний раз убеждает, насколько серьезные требования предъявляются к графикам-дизайнерам новых товарных знаков и знаков обслуживания.

В данном учебном пособии ставится задача на основе многолетнего авторского опыта помочь студентам художественно-промышленных вузов, молодым графикам-дизайнерам освоить различные подходы к этому виду творчества — разработке товарных знаков, начиная со знакомства с профилем производства и первыми замыслами, до выполнения оригиналов в законченном виде.

Считаю важным отметить тот факт, что описание знаковых решений и их анализ будут вестись не со стороны, а, за редкими исключениями, от первого лица, от автора, приоткрывающего свою творческую лабораторию, замыслы и мотивы решений. Немаловажный интерес для молодых художников составят различные примеры приводящего порядка, характеризующие, с чем и как приходится сталкиваться в процессе работы и реализации авторских решений.

Итак, начинаем:

а) Мясоптицекомбинаты, рыбоконсервные заводы. Рассмотрение знаков для рыбоконсервных заводов представляет интерес по нескольким причинам. Во-первых, знак для Очаковского РКЗ, состоящий из трех симпатичных рыбок [12], не был зарегистрирован тогдашним Госкомитетом, т.к. уже имелся сходный знак в Латвии. Вместо него был выполнен и зарегистрирован знак [13].

При разработке очередного товарного знака для рыбоконсервного завода г. Генническа [14] нашелся емкий образ. Стилизованная рыба



[1]



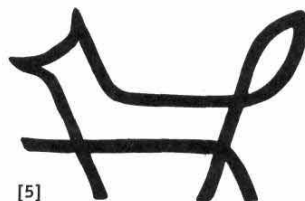
[2]



[3]



[4]



[5]



[6]



[7]



[8]



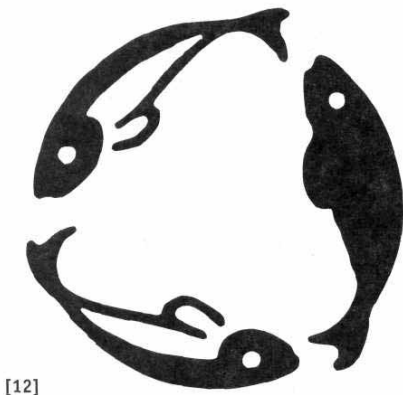
[9]



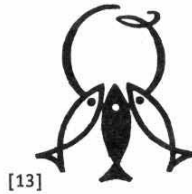
[10]



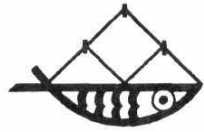
[11]



[12]



[13]



[14]



[15]



[16]

органично связана с ячейками сети, а все вместе ассоциируется с парусной лодкой.

Два последних знака более оригинальны, а следовательно, запоминаемы и охраноспособны.

Товарный знак для Волгоградского рыбзавода [15] — это силуэт массивной рыбы, на голове которой просветом начертана прописная заглавная буква «В» (Волгоград). Но все дело в том, что буква одновременно прорисовывает рот, глаза и жабры, органично являясь частью самой рыбы. Буква становится опознавательной деталью этого знака, который вряд ли можно спутать с другими.

Знак для Гадячского птицекомбината [16] образован толстым контуром яйцевидного овала, внутри которого изображен силуэт цыпленка, напоминающий букву «Г» (Гадяч). Вот эта последняя деталь делает знак-яйцо индивидуализированным и охранно-способным. Знак для Рыльского мясокомбината [17] был решен силуэтным и профильным изображением петуха. Эскизные поиски показали, что петух с поднятым крылом может стать похожим на букву «Р» и тем самым зашифрует в себе инициал города, где находится комбинат. Мысль подтвердилась. Нашлось сбалансированное и пластически убедительное решение.

Композиционный поиск знака для Белгородского мясоптицекомбината [18] подтолкнул к забавно-фантастическому сюжету. В знаке соединились в единый образ силуэты двух гусей. Они же являются мощными рогами стилизованной коровьей головы.

Такое неожиданное решение сделало знак броским и запоминающимся.

Во всех знаках рассмотренной группы в основу смыслового решения были положены рыбы, животные, птицы. Такой подход характерен для многих отраслей пищевой промышленности.

б) Предприятия пищевой промышленности.

Изобразительные знаки для пищевой промышленности большей частью несут в себе мотивы показа исходного сырья для изготавливаемых продуктов. И хотя почти все это множество раз изображалось ранее, опытный дизайнер может найти новые повороты, новые пути трактовки в изображениях колосьев, плодов, птиц, животных и др.

Знак для Тутаевского хлебокомбината [19] монументален. Это изображение увеличенного фрагмента хлебного колоса, обращенного концом вниз. В то же время симметричные секции зерен составлены так, что из них возникает силуэт буквы «Т» — начальная буква названия хлебокомбината.

По сходному принципу был решен товарный знак для Ровенского производственного объединения хлебопекарной промышленности [20]. Образной основой знака стало очень упрощенное контурное изображение профиля птички, напоминающей фигурки печенья. В знаке без труда можно расшифровать и букву «Р» (Ровенское ПО).

В знаке Губкинского хлебозавода [21] присутствует изобразительный мотив, навеянный детскими воспоминаниями о народном способе



выпечки хлеба в русской печи. На фоне заovalенного черного квадрата печной топки высветляется с пламенем наверху деревянная лопата для посадки хлеба, а на ней силуэт хлебного каравая.

Смысл названия города Львова стал мотивом решения знака для Львовского производственного объединения хлебопекарной промышленности [22]. Основой знака явился пятиугольник со скруглениями по сторонам и углам, что делает его похожим по форме на печенье. А посередине высвечивается округлая физиономия, в которой узнается добродушный львенок. Неожиданный, сказочный образ знака привлекателен как для детей, так и для взрослых.

Товарный знак для Херсонского хлебозавода [23] построен по принципу орнаментальной розетки с внутренней направленностью движения слева направо трех изображенных колосьев. Больше ничего нет, а знак получился броский и легко запоминающийся.

С намеком на пищевое происхождение решен знак-символ для Дружковской пищевкусовой фабрики [24]. Знак имеет вид контурной птицы с широко распростертыми крыльями, а ее стрелоподобный хвост оперен как колос зернами. Все просто и ясно.

Внешне не похожий на только что рассмотренный, знак Земетчинского пищекомбината [25] в сущности решен по такому же принципу. На этот раз не летящая птица держит в клюве стручок гороха. Для тональной цельности, сбалансированности, белое контурное изображение заключено

в равностороннюю треугольную черную плашку с заovalенными углами.

Вывороткой на черном круге изображена и капля со спиралеобразным следом вращения вокруг. Это знак Сватовского объединения масложировой промышленности [26]. Капля со спиралью символизирует процесс сепараторного изготовления растительного масла и, в то же время, в них зашифрована буква «С» (Сватово). Примечательно, что при поиске решения самым трудным было найти связь капли со следом вращения и одновременно отождествить их с буквой «С». Мешал стереотип привычного представления, что эта связь должна начинаться сверху, откуда капля свисает!

Исполнить оригинальный знак всегда нелегко. Особенно трудно, когда в данной отрасли создано много однотипных решений. Это относится, в частности, к предприятиям, изготавливающим напитки и вина.

Выполняя заказ на знак [27] для Бердичевского винодельческого завода, старался найти образный лаконичный ход, не напоминающий предшественников. Плод, красиво отдающий свой сок, — смысловая основа знака. Сделать это можно, если избежать скучной прозы раздавливания и выжимания. Благодаря упругим формам динамичных соотношений, кажется, это удалось.

В знаке Кременчугского завода плодоягодных вин [28] найдена приятная для восприятия соразмерность изображения трех ягод и винного стакана.



[25]



[26]



[27]



[28]



[29]



[30]



[31]



[32]

Для Белгородского хладокомбината [29] получился знак-метафора. Изображенного пингвина следует воспринимать не в прямом зоологическом смысле, а как символ холода. Достоинством знака можно считать и то, что в нем естественным образом зашифровалась буква «Б» (Белгород). В данном случае знаковая условность близка природной окраске арктической птицы.

Знаком Грайворонского сахарного завода [30] является изображение птицы с растопыренными крыльями, перед которой кусок рафинада. Птица здесь оказалась не случайно: ведь «грай ворон»! Но для композиционного и стилистического решения важнее то, как трактуется эта ворона и как органично она сопряжена с куском сахара.

Но бывают решения знаков, построение которых трудно назвать логичным. Наглядным примером может служить знак для Краснодарского пищекомбината [31]. Изображен сидящий медвежонок, на голове у которого большой арбуз. Такое можно увидеть разве что в цирке, сюжет неожиданный, смешной и мало похожий на реальность. Но ценность такого знака в патентоспособности и безусловной запоминаемости.

в) Предприятия легкой и бытовой промышленности.

Знак для Харьковской лентоткацкой фабрики [32] содержит ленты-бантики на косичках улыбающейся девочки. Когда он создавался, фабрика выпускала лишь белую технологическую (фитильную) ленту. И стоило больших усилий убедить руководство предприятия принять знак, смущала его «несолидность». А со временем, когда фабрика расширила ассортимент выпускаемых товаров, знак несколько раз перерегистрировался на продление своего действия.

Аналогично был решен знак для шпагатно-веревочной фабрики [33]. Это контур котенка, раскручивающегося из шпагатной бобины. Запоминающийся образ вырастает как бы из шпагата, т.е. из самого товара предприятия.

Для Пятигорского кожевенного завода [34] знак напоминает сшитый из кожи сувенир, например, подушку, образованную соединением в розетку фигурок трех барашков. Орнаментальный прием построения композиции помогает сделать знак выразительным и запоминающимся.

В знаке для Кисловодского кожевенно-шорного завода [35] совершенно непреднамеренно

объединились три барана, но на этот раз изображенные в движении.

Знак этот благополучно прошел художественный совет и был зарегистрирован в Госкомитете.

Но когда он со свидетельством о регистрации попал в Кисловодск, руководство завода прислало гневный отказ, усмотрев в нем издевательский намек на то, что изображены три руководящих персоны! Весьма поучительный случай.

Ростовский завод пластиковых изделий — химическое предприятие современного профиля и очень трудно найти для знака изобразительный мотив. В результате поиска появился отвлеченный знак-символ — изображение двух игрушечных жирафенков [36]. Для графической выразительности один из них белый, а другой черный.

Для предприятий, изготавливающих игрушки, знаки должны быть занимательными и хорошо узнаваемыми. Таков знак Волгоградской фабрики металлопластмассовых игрушек [37]. Это изображение смешного котенка, и в нем шифруется буква «В» (Волгоград).

Для цеха ширпотреба Харьковского 8 подшипникового завода нужен был знак, с возможностью уменьшения до 3,5 мм. В результате появился знак-метафора: цыпленок-восьмерка [38], которому предстояло маркировать детские самокаты и многое другое.

Сравнительный анализ двух знаков [37] и [38], предназначенных для маркировки игрушек и изделий для детей, показывает, что каждый из них смысловой трактовкой и мерой условности соответствует маркируемым изделиям.

В летнюю пору отпусков создавался знак [39] для Днепропетровской фабрики индпошива. Воздействие теплой погоды и хорошего настроения сопутствовало успешному поиску решения этого знака. Перед мысленным взором проплывали бескрайние днепровские просторы, плеск волн, снующие чайки... Все это постепенно сложилось в ритмичный ряд. Определенный законченный фрагмент орнаментальной линейной композиции: чередование черного, белого и силуэтов чаек с поднятыми крыльями. Родился знак, живо напоминающий местонахождение Днепропетровской фабрики.

При создании знаков для Харьковского кооператива «Феникс» [40], [41] все варианты были связаны с изображением легендарной птицы. Рассматриваемые варианты трактованы



[33]



[34]



[35]



[36]



[37]



[38]



[39]



[40]



[41]

совершенно по-разному. Первый представляет изображение фрагмента почти реальной птицы, с крыльями, напоминающими языки пламени и образующими подобие буквы «Ф». Второй знак строже, торжественней, может быть, изящней. Заказчик выбрал первый вариант, он, наверно, доходчивей.

Для знака Симферопольской зеркальной фабрики [42] использован мотив негативного зеркального отражения.

Круглая форма знака помогает создать гармоничную композицию и сосредоточить внимание зрителя на основном ее элементе.

Много знаков приходится на долю различных комбинатов бытового обслуживания. Далеко не всегда можно выделить что-либо главное из их деятельности, чтобы оно стало смысловым или изобразительным содержанием создаваемого знака.

Но в Баштановском КБО [43] занимались слесарным и мебельным ремонтом, и это дало повод построить знак по мотивам старых жестяных набоек на старинных сундуках. Знак примечателен тем, что он по духу перекликается с изящными поделками народных умельцев.

Размышляя о том, каким должен быть знак для Днепропетровской трикотажной фабрики [44], остановился на ассоциативном мотиве: знак будет иметь вид силуэтного изображения детской бумажной лодочки, на которой

высвечивается петля пряжи. В результате получился знак-метафора, который к тому же отдаленно напоминает букву «Д» (Днепропетровск).

А вот поскольку основой профиля деятельности Волочивского горпромкомбината [45] был пошив и ремонт обуви, естественно, нашелся знак с нарядным звездным каблучком и зашифрованной внутри буквой «В». Очень просто и патентоспособно!

Для Запорожской фабрики головных уборов [46] знаком стало традиционное изображение зимнего головного убора — шапки-ушанки. Но шапка оказалась необычной: ее поднятые вверх уши вместе со шнурками-завязками превратились в смотрящих друг на друга кроликов! Неожиданно шапка ожила, став лаконичным запоминающимся знаком.

Для Онуфриевского райбыткомбината [47], занятого, в основном, парикмахерскими услугами, сюжетом знака стало отражение комичной физиономии в круглом зеркале, последнее может и прочитаться как буква «О».

г) **Лесозаготовительные и тарные комбинаты.**

Знаки для таких комбинатов прямо или косвенно связаны с изображениями леса и его обитателей. Топор и древесный лист, нарушая реальную пропорцию их величин, органично объединились в знак для Глуховского лесхоззага [48].



[42]



[43]



[44]



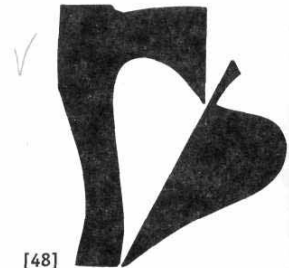
[45]



[46]



[47]



[48]

В лаконичном знаке для Днепропетровского лесхозага [49] узнаются одновременно стилизованная ель и продукт переработки леса, тарный ящик.

При решении композиции знака для Запорожского тарного комбината [50] использован прием намека на реальную форму при помощи геометрических фигур. Общий вид знака напоминает бочку с крышкой, но она как бы выложена из кусков дерева или ящичков тары.

В знаке для Ярославского лесотарного комбината [51] изображен барсук, сидящий по-мужички облокотясь на топор. Сказочная очеловеченность делает знак теплым, легко запоминающимся.

С двумя топорами, летящими в небе, решен знак Лебединского лесхозага [52].

Парадоксальная мысль о полете топора, в данном случае, была подсказана названием комбината — ведь Лебединский! Основой композиции знака является ритмическое объединение птиц-топоров и придание последним некоторого сходства с силуэтами лебедей. Получился необыкновенный знак-метафора.

К этой же группе знаков относится знак Львовского фанерного комбината [53]. При создании его было решено построить образ, используя название города, где находится комбинат. Возник знак — облик льва, составленного из торцов целых и распиленных бревен. А фанера делается

из бревен. В львиной физиономии зашифрована буква «Л» (Львов).

Небезынтересно сравнить этот знак с другим львовским знаком [22], имеющим тоже львиное обличье, но напоминающее добродушного львенка, и обычное графическое изображение этого знака — на печенье, предназначенное для хлебопекарной промышленности. Налицо пример, как различная смысловая и композиционная трактовка сходного мотива позволяет создать знаки, образно соответствующие двум разным профилям производства, не похожим между собой.

Рассмотрим еще два знака, близкие к тем, которые составили основу этого подраздела.

Для Санжарской лесомелиоративной станции [54] геометрически четко выстроенный знак символизирует неразрывность леса с водой. Толща воды и деревьев объединяются как в орнаменте. Найдена соподчиненность черного и белого тонов внутри знака.

Очень лаконичный знак Приморской лесомелиоративной станции [55] в своей основе также имеет дерево — стилизованную ель, но в целом знак скорее похож на домик. Просвет в середине знака, имеющий вид стрелки, устремленной вверх к кроне дерева, напоминает, что связь воды и растений извечна.

Почти все знаки, представляемые в этой группе, выглядят строго, и их содержание, за редким



[49]



[50]



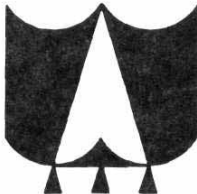
[51]



[52]



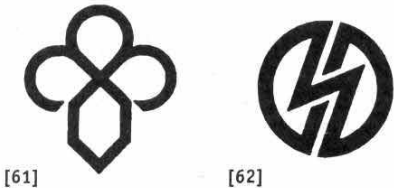
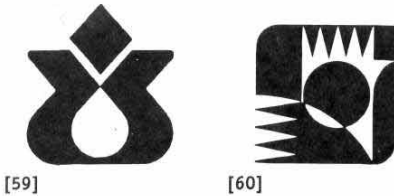
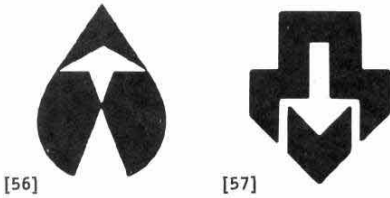
[53]



[54]



[55]



исключением, связано непосредственно или ассоциативно с производственными процессами.

Строгий лаконизм отличает знаки, которые были разработаны для ремонтно-механических заводов Харькова и Дзержинска [56], [57].

Время появления знака для Дзержинска на много лет позже, но только теперь выяснилось, что им обоим присущ сходный замысел. Каждый отображает динамику движения, с той только разницей, что в харьковском знаке оно направлено вверх, а в Дзержинском — вниз.

Динамизм композиции в знаке для Дзержинского завода достигается удачной трансформацией буквы «Д». В совокупности со стрелкой, знак напоминает техническую деталь. Оптическое движение вверх характерно для харьковского знака.

Знак для Львовского предприятия «Львоврудпром» [58] построен на основе строгой диагональной симметрии и имеет форму правильного шестигранника. Предприятие изготавливает облицовочные плиты, поэтому решено было образовать знак как бы из пластин горной породы. Форма знака выбрана также не случайно — облицовочные плиты зачастую бывают шестигранными.

Композиция для Мариупольского коксохимического завода [59] достаточно проста: здесь в ассоциативной форме выражается основной характер деятельности этого предприятия. Знак имеет форму химической реторты, внутри которой просветом изображена крупная капля, а сверху, в виде ромбика, кусок кокса — исходного сырья данного производства. Сложный технологический процесс облечен в легко запоминающуюся знаковую форму.

Для Гребенковского промкомбината [60], выпускавшего довольно разнообразный ассортимент продукции, было решено остановиться на образном воплощении названия местонахождения комбината. В результате получился весьма необычный знак — петушок-гребешок.

Для научно-исследовательского института химии и технологии лекарств [61] в основу знака было положено изображение бензольного кольца, из которого вырастают три округлые формы, три цветка, образующие букет. Получился знак-метафора, в котором отражена плодотворность научно-творческих процессов института.

Научно-промышленная фирма «Окситон» [62] возникла в Харькове в начале 90-х годов. Наука — дело сложное и многообразное, однако в основе

деятельности фирмы было направление, связанное с электроникой. Знак представляет собой букву «О» (Окситон), органично увязанную с росчерком молниеобразной линии. Знак производит впечатление упругой динамичности. Он прост в запоминании и технологичен для маркировки.

При решении композиции знака обслуживания для Херсонской фабрики химчистки «Снежинка» [63] был избран экзотичный мотив: три горжетки и большая снежинка сверху, белым силуэтом. Название фабрики объединилось с ее технологической деятельностью. Такой знак ни забыть, ни спутать с другим не удастся.

Предельно простым для восприятия и запоминания получился знак для Харьковского акционерного общества «Химавтоматика» [64]. Это лаконичный знак-символ, представляющий собой изображение большой капли с круговоротом происходящих внутри нее химических процессов.

Знаком для Ростовского научно-исследовательского института микротехники [65] стало фронтальное изображение совы. Глазастая голова умной птицы переходит в разворот открытой книги. Два старых символа, мудрости и учености, обрели в этой композиции современную лаконичную форму.

В конце 70-х годов был создан знак для Харьковской производственной фирмы «Промсвязьавтоматика» [66].

Заказчиком было поставлено условие, чтобы в знаке был изображен голубь. Были показаны несколько «голубиных» вариантов знака из предыдущих неудачных решений.

Задача разрешилась легко и быстро: горячо желаемый голубь был снабжен молниеобразным зигзагом, переходящим из крыла в хвост. Такой голубь вполне устроил «Промсвязьавтоматику» и строгий Госкомитет.

В данном случае это один из наиболее наглядных примеров того, как, используя в знаках старые символы, можно наполнять их современным содержанием.

Мотивом для создания знака для Харьковского учебно-производственного предприятия №1 [67] послужил кусок киноплёнки, так как предприятие готовит киномехаников. Однако, кроме этого профессионального признака знак имеет форму цифры «1», указывающей номер данного предприятия.

Для Харьковского центра научного творчества молодежи [68] знак решен еще проще, он



[64]



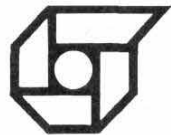
[65]



[66]



[67]



[68]



[69]



[70]



[71]



[72]



[73]



[74]



[75]

представляет собой контурное изображение свернутой перфоленты. Для достижения в знаке ощущения динамизма, верхний конец перфоленты выступает вправо диагонально заостренным срезом.

Рассмотрим два варианта знаков для Борковского научно-исследовательского института птицеводства [69], [70]. Желательно было объединить в знаке научное начало с птицеводческой спецификой. В первом из двух вариантов решение темы выглядит привлекательно, но и достаточно прямолинейно. В створе раскрытой книги (наука) изображен стилизованный петушок-цыпленок.

Второй, основной вариант, с виду не сложнее, нарисована раскрытая книга, лежащая нижним торцом к зрителю. Страницы книги, встрепетавшись, поднялись, а на первой странице вверх стоящая точка-глаз позволяет увидеть в страницах сидящую курицу-наседку! Получается лаконичный, образный знак.

Знаком для Харьковской станции переливания крови [71] стало изображение двух стилизованных сердец. Из верхнего черного полнокровного сердца в нижнее белое, обведенное контуром, вливается капля крови. В лаконичной наглядной форме знак выражает смысл и характер деятельности станции.

Для Харьковского научно-производственного центра Красного Креста [72], основанного в 1989 году, знак представляет собой изображение стилизованного свитка перфоленты, на верхнем торце которого на черном фоне изображен белый крест. Знак лаконичен и прост.

Поиск знака для Харьковского института проблем криобиологии и криомедицины был долгим и серьезным. В результате нашелся вариант, вполне устроивший руководство института [73], и этот знак был зарегистрирован Госкомитетом.

Знак имеет компактную округлую форму, напоминающую своими чертами снежинку. В центре знака просветом изображена капля, а вверх из нее выходит росток. Сведенные в композиции знака три элемента раскрывают суть содержания криобиологии и криомедицины, связанные с процессами охлаждения крови и живых органических тканей на благо развития медицинской науки. Своей формой и композиционным построением этот знак напоминает орден.

Харьковскому институту радиологии [74] был создан знак с использованием элемента традиционной медицинской символики. В нем изображены две перекрещивающиеся, обращенные друг к другу головами змеи. В верхней части знака, между змеями, в качестве оптического центра размещен черный кружок. Перекрестие изогнувшихся змей образует симметричную сбалансированную форму знака, в котором, кроме всего, зашифрована буква «Х» (Харьков).

Раздел об изобразительных знаках заканчивается рассмотрением знака в начале 80-х годов, выполненного для Сумского профтехучилища № 16 [75]. Не скрою, это один из моих любимых знаков. Пришлось долго ломать над ним голову, варьируя его слесарно-техническую направленность и, наконец, из скучных ключей, букв и гаек на листке черновика бодро встрепетавшись не замок и не лошак, а все вместе взятое, вроде этакого лохмоногого конька, под стать шумным и озорным пэтэушикам! Хорошо, когда знак становится неожиданной запоминающейся метафорой, да еще наделен бодрым добродушным подтекстом.

Еще следует заметить, что в изобразительных знаках иногда можно найти как бы невзначай притаившуюся внутри букву, которая стала органической изобразительной частью данного знака.

Часто бывает трудно различить принадлежность того или иного знака к разделу изобразительных или комбинированных. Но в изобразительных знаках буквы себя ведут, образно говоря, гораздо скромнее, а в комбинированных они более заметны и занимают активную, зачастую, главную роль в композиции знака.



Словесные товарные знаки

Словесными товарными знаками и знаками обслуживания являются слова или сочетания букв. Их можно разделить на две основные группы: знаки, представляющие собой слова естественного языка, и знаки в виде слов, образованных искусственно, например, ВОКСАН, КУБОНИТ, ШЕТЕЛ ЕН и др.

Знаки второй группы обычно используются в качестве товарных знаков для новых веществ, препаратов, материалов или приборов. Такие знаки подчеркивают новизну и оригинальность товаров, они оригинальны и обладают большой силой охраноспособности.

Знаками первой группы могут быть не только слова, обозначающие товар или услуги, но часто и наименования самих предприятий. Особенно много знаков-названий было в первые послевоенные годы, когда начинали свою деятельность многочисленные мелкие артели и кооперативы. Они регистрировали свое название и местонахождение. Есть основания считать, что в настоящее время также потребуется большое количество словесных знаков для вновь и вновь открывающихся фирм со всевозможными мудреными названиями.

По свидетельству К.Д. Веркмана в международном обиходе 80-х годов словесных товарных знаков насчитывалось около 80% от общего числа. Сразу оговорюсь, что в республиках, входивших ранее в Советский Союз, словесных знаков было зарегистрировано гораздо меньше, чем изобразительных, шрифтовых и комбинированных.

Главной причиной этого являлось слабое развитие рекламной деятельности, особенно



С.В.МИХАЙЛОВКА

[76]



[77]



[78]



[79]

средствами радио и телевидения. В зарубежных странах давно стали учитывать, что словесные знаки имеют большую различительную силу, лучше запоминаются и воспроизводятся чем другие виды знаков. Такой знак проще связывать с фирменным наименованием предприятия, создавать для него серию дочерних товарных знаков. Особенно ощутимо преимущество словесных товарных знаков в рекламе. Они удобны в рекламных объявлениях по радио, где затруднительно упоминание изобразительных и других непроектируемых знаков.

После выхода правительственного постановления о товарных знаках в 1962 году предприятия и организации почти никогда не заказывали через Харьковское отделение Всесоюзной торгово-промышленной палаты словесных товарных знаков и знаков обслуживания вплоть до середины 80-х годов, т.е. до начала перестройки. Как правило, попытки создания словесных знаков по инициативе художников-исполнителей отвергались заказчиком. При всех положительных качествах словесных товарных знаков есть одно затруднение, если товарный знак будет проходить регистрацию за рубежом, а товар экспортироваться. В данном случае необходимо предварительно проверить, не имеет ли слово-знак в языке данной страны похожих по звучанию слов с нежелательным значением. Из-за таких совпадений в послевоенные 40-60-е годы не раз возникали неприятности. Достаточно напомнить историю с переименованием автомобиля «Жигули» в «Лада». Это произошло после того, как на французском рынке автомобиль был скомпрометирован исключительно из-за названия: слово «Жигули» напоминает по звучанию французское сутенер.

Приступая к анализу представленных словесных товарных знаков, остановимся на тех, которые разрабатывались в период с 1950 по 1962 гг., на некоторых из них элементы декора применялись в виде обводных рамок. Печать времени придает им особый шарм. Они интересны и в познавательном плане. Остальные знаки выполнены в период с 1990 г. по сегодняшний день.

Товарный знак, выполненный для артели «2-я пятилетка» села Верхняя Михайловка [76]. Композиция знака подчинена конфигурации цифры «2». Основное слово названия артели «Пятилетка» логически продолжает цифру «2». Внизу, окончательно стабилизируя положение знака к странице, расположена строка

«с. В. Михайловка». Знак сбалансирован по массам, и внимание легко акцентируется на главном.

По аналогичному принципу строился товарный знак для артели «Красный канатчик» [77]. Слова названия артели начертаны в изогнутой форме, имитирующей движение витков каната. Второстепенные слова «Артель, Ульяновский облпромсоюз» сегментами окружают название артели. Удачная находка наглядной материализации названия артели придает знаку узнаваемость профиля производства. Добиться индивидуальной образности товарных знаков из-за обилия реквизитных текстов было чрезвычайно сложно.

Для Ташкентской артели «Рувадж» [78] национальный колорит знака достигнут за счет орнаментальной ритмики рамки, окружающей название артели. Массивные буквы слова «Рувадж» органично вписались в ажур рамки, как, впрочем, слова остального текста, выполненного мелким шрифтом.

В товарном знаке для артели «Ударник» [79] изюминкой образного решения стала возможность использовать находящуюся в центре слова букву «Р» в качестве острия изгибающегося вниз слова «Ударник». Название артели, изгибаясь, проходит через кольцеобразную надпись «артель, с. Грушевка», расправляя крылья подобно птице. По тем временам решение знака было довольно редким, так как удалось обойтись без декора.

Строгий вид имеет товарный знак для артели имени Кирова в Новосибирске [80]. Размеренная прямолинейная надпись текста заключена в декоративную рамку.

Единственным словесным товарным знаком середины 50-х годов, состоящим из одного слова, стал знак для Харьковской типографии «Печатник» [81]. Сейчас трудно вспомнить, по каким причинам это стало возможным. Наверное, типографии приравнялись к издательствам. Из возникших вариантов художественным советом и руководством типографии был выбран представленный здесь знак-росчерк. Положительным его качеством является компактность написания и ритмическая увязка горизонтального штриха над буквой «П» с буквами «Т» и «К». Многолетняя маркировка продукции «Печатника» этим знаком выглядела строго и элегантно.

Варианты словесного знака для «Харьковского предприятия внедрения технических средств» [82], [83] образованы соединением в одно слово трех частей, составляющих его название.



[80]



[81]

ВНЕТЕКСТ

[82]



[83]



[84]



[85]

Оригинальность достигается неординарностью вновь образованного слова и выделением центра композиции буквы «Т».

Во втором варианте овальная рамка вокруг знака придает ему законченный вид.

Товарный знак для Дергачевской швейной фабрики «Ранок» [84] выполнен легким динамичным росчерком, соответствующим названию фабрики. Начертание знака сделано с учетом перевода на нашивку для оформления ярлыков, сопровождающих швейную продукцию.

Товарный знак для Харьковского малого предприятия «Быттех» [85] образован соединением вместе в две слитные строки контурных рельефных слов «Быттех». Знак выразителен и достаточно прост для запоминания.

Для Харьковского малого предприятия «Тест» [86] знак выполнен так, что первая и последняя буквы «Т» заключают в свою компанию две округлые «е» и «с». Короткий по размеру знак в данном начертании имеет несколько необычный вид. Он легко запоминается и технологичен для маркировки.

Второй вариант товарного знака [87] выполнен с использованием букв латинского алфавита.

При Харьковском «Интуристе» возникла организация арендаторов «ИНТ» [88]. Товарный знак для этой организации также был составлен из букв латинского алфавита. Для уравнивания межбуквенных расстояний, буквы «I» и «T» в верхней части были написаны слитно между собой. Впереди слова «ШТ» и после него для завершения композиции знака размещены два маленьких ромбика.



[86]

[87]

Словесный товарный знак «Концерн Украина» [89] выполнен в стиле украинских рисованных шрифтов начала 20-го века. Доминантой в композиционном решении является буква «У», органично связанная с остальными буквами. Цельность, национальный колорит и ясная ритмическая структура отличают этот словесный знак.

Знак для фирмы «Эталон» [90] решен самыми простыми средствами. Ставилась задача, чтобы он при любых уменьшениях хорошо читался, а стоящие в начале и в конце точки являлись ограничителями словесного знака.

Для Харьковского предприятия с ограниченной ответственностью «Элэн» [91] словесный товарный знак разрабатывался с ощущением капризного своенравия со стороны женского руководства, стоящего во главе предприятия. И шрифт названия, и его обрамление: вроде книжка, а не то крылышки, отразили авторское ощущение и удовлетворили заказчика.

Харьковский кооператив «Пульс» [92] занимается оздоровительной деятельностью. Словесный знак обслуживания, выполненный для него, должен символизировать работу сердца — пульс, ассоциативно напоминающий кардиограмму на экране осциллографа. Для этой цели буквы слова «Пульс» были соответственно трансформированы и связаны в ритмический ряд.

Название Московского предприятия «Диос» [93] — сокращенное обозначение развернутого названия «Дизайн освещения». При разработке словесного товарного знака для него было решено

·INT·

[88]

ДУОС

[93]

концерн
КРАЇНА

[89]

ПОЛЯРОН

[94]

·эталон·

[90]

POLARON

[95]

ЭЛЭН

[91]

·КВАНТ·СР

[96]

ДУОС

[92]

СЕРЕСЕ

[97]

тонально разделить слоги сокращенных слов. Светлыми буквами стали «ДИ», а черными «ОС». Такое решение может показаться нелогичным. Однако, давайте посмотрим на круглую черную букву «О», она стала источником освещения по закону контраста массивной буквы с ее круглым внутрибуквенным просветом.

Для Харьковского малого предприятия «Полярон» [94], [95] разработаны словесные товарные знаки с использованием русского и латинского алфавитов. В обоих случаях слова названия написаны белым по черным плашкам с закругленными углами. Но в надписях есть весьма существенная тонкость: две капли в буквах «О», устремленные вниз и вверх. Это раскрывает суть основных технологических процессов: размачивание и выпаривание. Это наглядный пример для молодых художников: нужно внимательно изучать и просчитывать буквенные знаки и слова с тем, чтобы раскрыть возможности, заложенные в словесной знаковой композиции.

Фирме «Квант — СК» [96] был выполнен словесный товарный знак. Слово «Квант» обо-



Шрифтовые товарные знаки

На первый взгляд может показаться, что выполнить шрифтовой знак не составляет большого труда, однако с этим нельзя согласиться.

Во-первых, повсеместно зарегистрировано огромное количество товарных знаков и знаков обслуживания, состоящих из одной или нескольких букв, а поэтому необходимо придать такую смысловую и композиционную индивидуальность знаку, чтобы он стал патентоспособным.

Во-вторых, следует заранее учесть, что любой товарный знак обычно не рассматривается изолированно, т.к. используется в маркировке товара и во взаимосвязи с документацией, рекламными изданиями и упаковкой, что в совокупности обеспечивает сбыт товара.

Поэтому, при разработке товарного знака нужно учитывать, как он будет использоваться и выглядеть в маркировке и рекламных изданиях. Этому должно быть подчинено графическое решение знака.

В третьих, необходимым условием при разработке шрифтовых товарных знаков должны быть образность, лаконизм и ясность формы, композиционная оригинальность и высокие эстетические качества графического исполнения. При всем этом, знак обязательно должен быть не похожим на ранее зарегистрированные по данному классу товаров, т.е. патентоспособным.

Эстетическая сторона выполнения знака, его привлекательность — очень важное условие, т.к. это помогает запомнить и заметить знак. Удачный знак делает привлекательными

изделия, рекламные ярлыки, этикетки и упаковку товаров.

Шрифтовые, или как их еще называют буквенные знаки, повсеместно, у нас и за рубежом, имеют широкое распространение. Поэтому нужно подробно и серьезно проанализировать процесс их создания.

Такие знаки образуются одной, двумя или несколькими буквами, а иногда и цифрами, которые, как правило, представляют собой начало названия предприятия и его местонахождение, оформленные в оригинальную композицию. Простое перечисление первых букв названия предприятия (аббревиатура) в качестве знака не может быть зарегистрировано согласно «Положению о товарных знаках».

Буквенный знак должен быть удобочитаемым, т.е. благозвучным, легким в произношении и, конечно, не иметь неприличных или двусмысленных звучаний.

Знаки этого вида можно условно разделить на несколько групп. Например, встречаются буквы-образы, когда буква превращена в запоминающийся товарный знак по своей форме и содержанию. Часто знак образуется при помощи оригинального композиционного объединения двух или нескольких букв. К таким знакам относятся также знаки-монограммы, то есть вязь из двух или более прописных букв.

Бывают также знаки, в которых зашифровывается скрытый смысл, знаки-метафоры, раскрывающие свойства, особенности товара или местонахождение предприятия, владеющего таким знаком. Знак лишь тогда становится знаком, когда у него появляются индивидуальная различительность и смысловой заряд. В ряде случаев трудно провести черту между шрифтовыми и комбинированными знаками. Большое число знаков строится на основе использования пластических и композиционных возможностей в образном преобразовании букв. Здесь большую роль играют пропорции, ритмы, использование контрастов, нюансов и т.п. Однако, как показывает практика, обычно удача сопутствует тем графикам-дизайнерам, которые, овладев мастерством рисунка и культурой графического исполнения, постоянно ищут новизну решений, тренируют свою фантазию и изучают объекты, для которых приходится разрабатывать знаковые композиции.

На первой иллюстрации этого раздела воспроизведен знак для 2-й мебельной фабрики города Харькова [98]. В основу знака легло оригинальное объединение по вертикали букв «М» и «Ф». Был использован при композиционном объединении в знаковую форму характер построения этих литер. Причем, верхняя часть буквы «М» имеет черную окраску, а нижняя белая половина составляет вместе с верхней букву «Ф». Сверху, напополам прорезая букву «М», возвышается прописная цифра «2». Знак полностью включает аббревиатуру фабрики «2МФ» и, благодаря оригинальности композиции, воспринимается сбалансированным и привлекательным.

Прием объединения двух букв часто используется при создании знаков и следует сказать, что при удачной компоновке находится множество вариантов не похожих между собой.

Следующий знак [99] для Николаевского веро-ремонтного завода построен по аналогичному принципу. В нем первые буквы «В» и «Р» объединены при помощи размещения белой буквы «Р» в черной «В», далее следует буква «З». Угловатая форма знака ассоциируется с весовым колебанием.

Для Новоивановского сахарного завода [100] товарный знак образован по принципу контраста двух белых оконтуренных прямоугольников с расположенной внутри них черной курсивной буквой «С». Получившийся знак прочитывается как «НС» (Новоивановский сахарный). Причем, производственная принадлежность предприятия прочитывается гораздо сильнее, т.к. буква «С» является центром композиции этого знака.

Комбинации букв в знаке бывают и такие, когда две буквы просветом образуют третью. Так создан знак Кременчугского винодельческого завода [101]. Курсивные буквы «КЗ», объединяясь в росчерке, имеют между собой просвет, читаемый как буква «В» (винодельческий).

А иногда знак образует одна буква, внутри которой прорезается другая. Знак Орджоникидзевского комбината бытового обслуживания [102] имеет вид массивной буквы «Б» (быт). Правая часть буквы закручивается внутрь, образуя букву «О» — инициал названия города.

Знак для Ставропольской фабрики «Умелец» [103] имеет вид туго скрученного клубка из лент. Буквы «СУ» как бы врастают друг в друга, заполняя внутренние просветы и образуя компактную округленную форму этого знака.

Для Чернухинского комбината бытового обслуживания [104] знаком стало сочетание главной контурной буквы «Ч» (Чернухинский), в верхнюю часть этой буквы вкомпонована строчная прописная буква «б» (быткомбинат). Композиционной основой для объединения двух букв послужило и то, что круглая часть буквы «б» органично вписалась в верхний элемент буквы «Ч», а выносной элемент буквы «б» упругим витком завершает знак сверху.

В ряде случаев одна буква в оригинальной образной трактовке может служить полноценным знаком.

Для производственного объединения «Харьков» [105] разработан знак, представляющий собой черный круг, в который просветом вписана буква «Х» (Харьков). Буква «Х» образовалась единым прописным росчерком сверху слева направо вниз. Форма самой буквы напоминает орнаментальную вязь, упругую и энергичную. И еще, в данном случае существенно то, что выворотка на круглой плашке воспринимается гораздо цельней и эстетичнее. Этот прием приносит положительный результат.

В процессе разработки знака для Лозовского кузнечнопрессового завода [106] ставилась задача придать ему вид устойчивой весомости и, в то же время, известной пластичности, ковкости. Во время композиционного поиска долгое время внимание привлекал мотив соединения двух простых геометрических фигур: круга и треугольника. Решение явилось итогом упорного поиска и оказалось удивительно простым. Получился оригинальный знак — буква-образ.

К разряду подобных знаков относятся еще три, образованные из одной и той же буквы «В». Но, как легко будет убедиться, они очень различны между собой.

Ворошиловградскому комбинату бытового обслуживания [107] знаком послужила силуэтная буква «В» прихотливой формы, напоминающей поделки из кожи, а внутри имеется просвет, ритмично вписанный в букву «В», подчеркивающий ее характер своими двумя спиральными закружениями. Знак весьма своеобразного вида, и он легок для запоминания.

Для Врядиевского комбината бытового обслуживания [108] знак был образован силуэтной буквой «В» строгой формы, четко вписывающейся в квадрат. Внутри буквы просветы имеют



[98]



[99]



[100]



[101]



[102]



[103]



[104]



[105]



[106]

одинаковую форму в виде лучей, направленных справа налево и упирающихся во второй силуэт, повторяющий форму буквы, но в этот раз сильно суженной. Такая форма просветов подсказана наличием в перечне услуг комбината демонстрации кинофильмов. При циркульном лаконизме начертания знака он имеет весьма необычный, хорошо различимый и запоминающийся вид.

Товарный знак для Харьковской ватной фабрики [109] образован также на основе буквы «В» еще лаконичнее и проще двух предшествующих. В результате этой очень нехитрой трансформации в центре знака образовался просвет, имеющий вид сердечка, лежащего на боку. Думается, не грешно было вложить в смысл знака для ватной фабрики эту отдыхающую часть человеческого организма!

В ряде случаев, при решении знаков на основе сочетания букв, удается внести в них весьма определенный смысл, наряду с отличительной индивидуальной формой. Это бывает характер производственной специфики, места нахождения или названия предприятия.

Симферопольской зеркальной фабрике [110] знак задуман и выполнен по принципу контрастного зеркального отражения. Форму знака образует круглая буква «Ф» (фабрика), разграниченная по вертикали на левую черную и правую белую стороны. В центре кружок, по бокам

которого закругленные буквы «С» и «З» (Симферопольская зеркальная). Для образности знака буквам «СЗ» вместе с кружком придан вид цветка «анютины глазки», плотно сидящего в зеркальной оправе буквы «Ф».

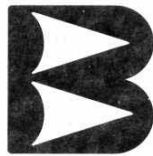
Также с характером профиля производства ассоциируется знак для Акимовского завода «Прогресс» [111]. По замыслу это должен быть знак-замок, с выступом внизу для секретной закрутки. Этого хватило, чтобы четко скомпоновать очерченную тонким контуром букву «А» и массивную приземистую букву «П» «Прогресс». Естественно, и буквы «А» и «П» не тождественны натуральному виду таких замков, но ассоциативная схожесть их живо объясняет профиль производства предприятия и подсказывает их название и место нахождения.

Вполне очевидно, что в любом из перечисленных выше подвидов могут быть более или менее удачные знаки, но, как правило, наиболее содержательными и выразительными являются те, в которых заложены ассоциативность, метафора, характеризующие производство. Иногда в двух, а то и в одной букве-знаке удается заложить образный признак названия предприятия.

Так знаком для Приморского промкомбината [112] стал росчерк из букв «Пк», весьма напоминающий морскую волну. Наверное, еще более четко выражено название предприятия в знаке



[107]



[108]



[109]



[110]



[111]



[112]



[113]

для Орловского швейного объединения «Радуга» [113]. Знак образован массивной прописной буквой «Р» (Радуга), которая в своей основе состоит из параллельных продольных полос вдоль округлых форм знака. Следует добавить, что для швейного производства название «Радуга» весьма подходящее и вызывает естественный эмоциональный отклик у покупателя, продукция, сопровождаемая таким знаком, будет восприниматься органично, а знак четко запоминаться.

Промкомбинату универмага «Харьков» [114] знак создавался без явной привязки к профилю производства. Он построен на контрастном сочетании легких летучих курсивных букв «ПК» (Промышленный комбинат) со статичной тяжелой буквой «Х» (Харьков). Признаюсь, мотив композиции возник ассоциативно при воспоминании памятника-мемориала «Вечный огонь».

Старобельский обувной комбинат [115] представлен знаком, ассоциирующимся с фрагментом подошвы, состоящим из трех отдельных элементов. При более внимательном рассмотрении мы можем найти в знаке буквы «СК» (Старобельский комбинат) и заключенную между ними четырехконечную звездочку, придающую знаку особый шарм.

Для Харьковской тонкосуконной фабрики «Красная нить» [116] был разработан знак, представляющий собой массивную букву «К» (Красная). Внутри буквы «К» проходит тонкая белая

курсивная буква «Н» (Нить). Успех решения знака состоит в том, что буква-нитка органично вошла в основную форму знака и подчеркнула взаимную динамичность начертания «КН».

Явно похож на предыдущий знак для Коминтерновского районного бытового комбината Харькова [117]. Его основой также является буква «К», но значительно более легкая и, на этот раз, верхний диагональный штрих образует букву «Р», начало аббревиатуры «РБК». Знак в своем построении сбалансирован и имеет законченную форму.

При разработке знака для Харьковского завода штампов и прессформ [118] была поставлена задача использовать в качестве образного мотива пуансон и матрицу. Для данного производства они являются наиболее характерными и четко выражают характер производства. В самом названии предприятия начальные буквы органично объединились в композицию знака и приняли торжественно-эмблемный вид.

Знак для Полтавского протезного завода [119] естественным образом ассоциируется с характером производства и видами его изделий. Перед нами две буквы «П», одна в одной, и невольно возникает представление о лечебном поясе, поддерживающем больного человека.

Знак обслуживания Харьковского института неотложной хирургии [120] представляет собой буквы «Х» (Хирургия, Харьков). Принадлежность



[114]



[115]



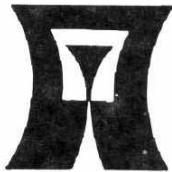
[116]



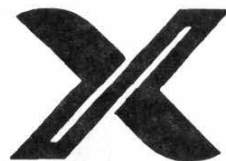
[117]



[118]



[119]



[120]



[121]



[122]



[123]



[124]



[125]



[126]



[127]



[128]

к профилю деятельности выражена похожими по форме на скальпели концами буквы вверху слева и внизу справа. Кроме того, второй поперечный штрих буквы «Х» состоит из трех зигзагообразных линий, напоминающих след осциллографа, вычерчивающего на экране кардиограмму больного. Это знак буква-образ, наполненный емким смыслом.

Рассмотрим несколько знаков для обувных предприятий. В основе каждого из них использовалась начальная буква названия города, в котором находится обувная фабрика.

Образным содержанием знака для Запорожской фабрики индпошива и ремонта обуви [121] послужил мотив Приднепровья. Знак имеет оригинальную, устремленную слева направо, волнообразную форму, которую придают вытянутые начало и окончание курсивной буквы «З» (Запорожье), являющейся основой знака.

Знак Полтавской обувной фабрики [122] образован замысловатым, но очень пластичным росчерком заглавной буквы «П» (Полтава). Получился легко запоминающийся и отдаленно напоминающий птицу товарный знак.

Для Ялтинской фабрики индпошива и ремонта обуви [123] буква «Я» (Ялта) была трансформирована в опущенный мехом ботинок. Но это не рисунок ботинка, а четко выстроенный знак, эмблема обувного предприятия.

Буквой-образом является знак Донецкого производственного объединения «Индодежда» [124]. В основу знака взята начальная буква города, где находится предприятие. Но буква «Д» изменена таким образом, что в ней легко угадываются черты швейной машины — орудия швейного производства.

Буква «Д» стала основой знака для Дубровицкого райбыткомбината [125]. На этот раз знак не носил в себе производственного признака, а указывал на место нахождения комбината. Это пример единства композиции и образного содержания и оригинальной, запоминающейся формы знака.

Для кооператива «Фалес» [126] из города Первомайска трудно было найти оригинальную броскую форму знака. Взятая за основу композиции буква «Ф» в ходе поиска приобрела вид вращающегося на палке обруча, колеса или перевернутого волчка. И появился весьма современный смысл решения: хочешь преуспеть — крутись! Второй вариант этого знака [127] решен более

традиционно. Он симметричен, заключен в круглую рамку. Изюминкой этого решения является то, что буква «Ф» (Фалес) содержит внутри себя букву «П» (Первомайск).

Мало похожи между собой и имеют свое индивидуальное лицо знаки [128], [129] и [130], несмотря на то, что каждый из них строится на основе буквы «С». Признаки производственной принадлежности весьма незначительны, это даже не признаки, а скорее намеки.

Первый из них [128] разработан для Харьковского треста «Теплосеть». Основа замысла — объединение образующих знак букв «ТС» (Теплосеть) и создание ощущения производственной принадлежности. Для придания знаку производственного характера были найдены характер начертания и тональный образующих его букв. В нем угадывается форма, напоминающая кран — характерную деталь оснащения теплосетей.

Второй знак [129] принадлежал станкостроительному заводу имени Косиора. Завод имел два знака: для основной продукции и для маркировки, так называемого ширпотреба. Этот знак рождался с трудом. В основу его были положены буква «С» (Станкостроительный) и «Х» (Харьковский). Для маркировки станков при помощи шильдов и штампов нужны знаки с умеренной толщиной, поэтому и «С», и «Х» не толстые. Это условие было учтено, отсюда и форма, образующая буквы «С», круглая.

Наконец третий знак [130] с буквой «С» был разработан одновременно со вторым, станкостроительному заводу имени Косиора для маркировки выпускаемой заводом продукции так называемого ширпотреба. Поскольку это оказались замки, был разработан знак на основе буквы-образа, ассоциативно напоминающего замочную скважину, да и сам замок. Оба знака были зарегистрированы в Государственном комитете и освоены предприятием.

Для Дубровицкого районного быткомбината [131] этот вариант знака явился основным. Он построен на контрасте массивной симметричной буквы «Д» (Дубровицкий) и начертанной внутри «Д» белым цветом курсивной прописной буквы «Б» (быткомбинат). Нехитрый секрет соединения двух этих букв в единый нерасторжимый знак заключается в найденности пропорций, характере форм и внутренних ритмов.

Знак Харьковскому механическому заводу [132], образованный упругим изгибом, напоминающим изгиб стальной полосы, прочитывается



[129]



[130]



[131]



[132]



[133]



[134]



[135]



[136]



[137]



[138]

буквой «М» (Механический). Этот знак — один из очень лаконичных, простых и технологичных в смысле маркировки знаков. К тому же, он выразителен для использования в средствах печатной рекламы.

Знак для Медногорского горпромкомбината [133] в своей композиционной основе имеет также букву «М» и завершается прописной курсивной буквой «Г» (Горпромкомбинат). Но этот знак совершенно не похож на предыдущий [132] ни по форме, ни по характеру восприятия.

В отличие от энергичной упругости и строгости формы знака Харьковского механического завода, в знаке Медногорского горпромкомбината все формы устремлены вверх. Он состоит, как бы, из языков пламени костра в безветренную погоду.

В первом случае знак отражает индустриальную энергию механического завода, а во втором — спокойный ритм провинциального промышленного комбината.

Вариант знака для Сосницкого райбыткомбината [134] разрабатывался с учетом специфики комбината, деятельность которого в своей основе связана со швейным производством. Возник знак буква-образ. Это стремительно разбегающееся полотнище материи, образующее инициальную букву — названия комбината. Изобразительная форма этого знака исходит из начертания рукописных шрифтов, которые также, как правило, имеют наклон в правую сторону. Но есть деталь, на которую следует обратить внимание. Знак,



[139]



[140]



[141]



[142]

в отличие от строчной буквы, должен быть устойчив даже в том случае, если в ней имеется динамическая устремленность. Учитывая этот момент, нижний тонкий штрих буквы «С» переходит в волнообразное утолщение, которое придает знаку равновесие и законченность.

Для Вознесенского завода роторно-конвейерных линий [135] товарный знак разработан по сходному принципу с предыдущим. В основу легло ленточное решение буквы-образа. Здесь главное в производстве — конвейерная линия, размещение крупномасштабных машин. Буква «В» (Вознесенск) в конечном варианте знака стала выглядеть наподобие лабиринта, извивающегося под прямыми углами. Естественно, что никакого внешнего сходства между рассмотренными знаками быть не может, т.к. главное здесь — не принцип подхода, а наполняющее композицию знаков содержание. Далее рассмотрим три знака, в основе которых одна и та же буква «У».

Для проектнотехнологического института «Укрортехстрой» Львова [136] знак представляет собой массивную букву «У», членение и форма которой напоминают секцию стройки двухэтажного дома без крыши, но с полом на втором этаже. Внимательный глаз может также рассмотреть справа сверху начало стенки и потолочные перекрытия, прочитывающиеся как буква «Л» (Львов). Впрочем, сказанное не имеет большого значения, главное заключается в том, что знак имеет необычную форму, он солидно выглядит и хорошо запоминается.

Буква «У» в варианте знака для Харьковского кооператива «Ускорение» [137] также в известной мере решалась пространственно, но на основе закругляющихся плавных поворотов белой оконтуренной формы, напоминающей взлетающую птицу.

В отличие от предыдущего знака, приземленного тяжестью тона и архитектурной угловатостью, знак для «Ускорения» своей тональной легкостью и устремленностью форм снизу вверх направо выражает желание двигаться и летать. Перед нами очень разные буквы и образы, воплощенные в товарных знаках.

Третий знак, возникший на основе буквы «У», разработан для Угрюмского сахарного завода [138]. Буква «У» не относится к числу легких для преобразования ее в содержательную знаковую форму, но на этот раз курсивная буква «У» в росчерке объединилась с буквой «С» (Сахарный Угрюмский), образовав монограмму, напоминающую увесистый сахарный бурак.

Подводя сравнительные итоги трех знаков, необходимо подчеркнуть наличие множества возможностей в распоряжении художника при создании знаковых композиций. Главным условием успеха является раскрепощенность фантазии и трудолюбие в переборе вариантов.

В ряде случаев, когда по замыслу автора знаку следует придать вещественную осязаемость, можно прибегнуть к изображению формы знака в рельефном или пространственном виде. В подтверждение сказанного рассмотрим несколько примеров.

Для Здолбуновского завода нестандартного оборудования [139] разработан знак, который образован двумя входящими друг в друга буквами «З» (Здолбуновский завод). Знаковую неповторимость и нарек на то, что буквы образованы рельефом, похожим на выгнутые металлоконструкции, определяет характер деятельности предприятия.

Еще более материализованным и массивным выглядит знак для Харьковского предприятия «Химзкс» [140], вырабатывающего тяжелые железобетонные конструкции. Для такого предприятия знаком стало изображение объемной буквы «Х», как бы сформованной из железобетона. Для конструктивной убедительности мотива был найден упрощенный грубый шрифт, органично вошедший в изображение объемной формы знака.

Малому предприятию Харькова «Транай» [141] разработан знак, имеющий также в своей

основе рельефную форму, прочитываемую как буква «Т» (Транай).

При решении знаковых композиций шрифтовым путем приходится прибегать к все более хитрым трансформациям известных форм букв во имя патентоспособности знаков при регистрации. Иногда рельефно-пространственный эффект при разработке знаковых композиций достигается без изображения светотеней и толщин. Это тем более целесообразно в тех случаях, когда предприятия, для которых создаются знаки, выпускают не тяжелую продукцию, а легкую, или связаны с проектной деятельностью и т.п.

К таким примерам следует отнести знак, представляющий Харьковское предприятие внедрения технических систем [142]. В основу знака положено необычное сочетание двух образующих его букв «ПВ» (Предприятие внедрения). Прямоугольная буква «П» изображена в сокращающейся перспективе, проходящей через середину буквы. В то же время, буква «В» лежит на плоскости листа бумаги, а ее левым вертикальным штрихом является буква «П». Необычная взаимосвязь двух букв образует этот запоминающийся знак.

Компаньоном этого знака можно назвать знак, зарегистрированный на имя Харьковского малого предприятия «Технотрон» [143]. Знак предприятия является буквой-образом, причем графическое решение его очень несложно. Однако, суть замысла и простота воплощения заслуживают более подробного разговора.

Была найдена композиция знака, которая в ассоциативной форме выражает характерную деятельность «Технотрона». Форма знака, в котором черное и белое «Т» изображены в перпендикулярных плоскостях друг к другу, имеет вместе с тем динамическую направленность. Это пример того, как упорный поиск графического решения позволяет добиться емкого содержания лаконичной и ясной композиции.

Можно в качестве примеров рассмотреть имеющиеся иллюстрации знаков [143], [144], [145] и др. Наиболее ясным и простым по форме можно считать знак для Харьковского предприятия вычислительной техники [144]. Этот знак образован ритмичным зигзагом соединенных тонкими перевязками вертикальных штрихов, букв «ПВ» (Предприятие вычислительной). Основа композиции знака — объединение второго



[143]



[144]



[145]



[146]



[147]



[148]



[149]



[150]



[151]

вертикального штриха буквы «П» с первым вертикальным штрихом буквы «В».

Для знака Харьковского малого предприятия «Интерин» [145] мотивом послужило слияние в знаковую форму двух начальных букв названия предприятия. Для того, чтобы динамичная композиция знака, обуславливаемая наличием буквы «И», стала уравновешенной, пришлось вторую букву «Н» вкомпоновать по диагонали в «И», для придания стилистического единства и индивидуальности знак трактован в характерной форме штамповки из металла.

По схожему принципу решен товарный знак для Здобуновского завода нестандартного оборудования [146]. Основой знака явилась буква «Н» с круглой перемычкой в центре. И кажется, что в знаке одна буква, а вокруг нее тонкая круглая рамка с раздвоенным украшением наверху. Но рамка также является буквой «О», а украшение прочитывается как буква «З». Этот знак может служить наглядным примером того, как иногда удастся соединить буквы и найти им гармоничную соподчиненность.

Рассматривая отдельно прием соединения двух букв в знаковую композицию при помощи линии, заканчивающейся стрелкой, необходимо учитывать, что сама стрелка может иметь различную форму, по-разному может вести себя внутри знака.

Знак обслуживания для Харьковского НИИ медицинской радиоэлектроники [147] образован разворотом по кругу массивной полосы, вверх направо и вниз к началу. Полоса оканчивается стрелкой, которая вплотную подходит к левой вертикальной части основания. Симметрично к стрелке в вертикальной части выделено ее отражение, что в совокупности образует бело-черную букву «Х» (Харьков), а округлая форма прочитывается как буква «Р» (радиоэлектроника). Получился компактный знак из букв «РХ».

Второй знак разрабатывался для Волынского предприятия «Кинотехпром» [148]. По замыслу он должен объединять две буквы «КВ». Нашелся вариант, который впоследствии был зарегистрирован и утвержден. Самое интересное в этом знаке то, что обе буквы являются просветом в окантовке, правая часть которой, соединяясь, образует стрелку, направленную внутрь знака. Фактически именно эта стрелка своей формой рисует совмещенные белые буквы «КВ» (Кинотехпром, Волынский).

Недавно в Харькове появилось акционерное товарищество «Дзет» [149]. Разрабатывая для товарищества знак обслуживания, я обнаружил, что если его организовать на основе латинского алфавита, то композиция, состоящая из двух букв «А» и «2», при прочтении звучит полным русским словом «Дзет». Визуально буквосочетание выглядит знаком для предприятия, имеющего дело с электрикой, т.к. буква зет напоминает стрелку-молнию, применяющуюся для обозначения электричества. Второго аналогичного совпадения с написанием и прочтением знаковых текстов встречать не приходилось.

В нашем алфавите есть буквы П, С, О, Р, В, К, Н, которые являются начальными буквами слов. Естественно, что они часто встречаются в знаковых композициях, а поэтому есть смысл рассмотреть имеющиеся знаки, сгруппировав их по тождественным буквам. В процессе такого разбора поучительным моментом будет то, каким путем достигается индивидуальная образность букв и буквенных сочетаний.

Возьмем букву «С», с которой мы уже сталкивались несколько раз. На основе этой буквы образованы знаки Харьковского станкостроительного завода [150] и для Сосницкого райкомбината [151]. Об этих знаках шла речь выше, но к сказанному следует добавить, что буква с одной стороны раскрыта и знаковые композиции, за редким исключением [150], образуются с заполнением внутренней части буквы «С» другими буквами ([152], [153], [154] и др.) или изображениями.

Отмеченная особенность не столько затрудняет, сколько дает интересные возможности для создания композиций. Например, знак для Старовыжевского райкомбината [153] образован буквой «С» правильной круглой формы и достаточно массивной толщины. Симметрично по центру внутри этой буквы вкомпонована силуэтная буква «В». В свою очередь, просвет внутри знака имеет форму ключа, что придает неожиданный поворот мысли, делая знак индивидуальным и запоминающимся.

Вариант знака для Луцкого кооператива «Сервис» [155] также имеет круглую форму и также образуется буквой «С», начерченной двойной линией. Но из верхнего правого угла знака к центру отходит дополнительный двойной штрих, образующий слитно с буквой «С» в верхней ее части букву «Л» (Луцк). Простыми средствами



[152]



[153]



[154]



[155]



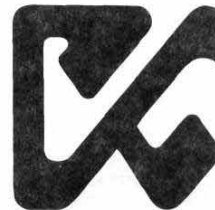
[156]



[157]



[158]



[159]

достигнута ясная сбалансированная композиция. Основной, зарегистрированный вариант знака для Луцкого кооператива «Сервис» [156], также как и первый, образован сочетанием «СЛ». Буквы стоят вплотную рядом друг к другу и имеют небольшой наклон в правую сторону. Главная смысловая деталь, превращающая эти буквы в знак — левый наклонный штрих буквы «Л». Он имеет силуэт четырехгранной звезды, не соединенной со второй частью буквы. Наибольший эффект подачи знака можно достичь при негативном изображении, т.е. сработает «эффект свечения».

В товарном знаке для Харьковской скульптурной фабрики [157] общая форма композиции, с возможностью поворота ее на 180 градусов, напоминает по форме блок гипсовой декоративной лепнины. Буквы «С», по обеим сторонам «Х», повернутые вверх и вниз, усиливают это впечатление. Если присмотреться, можно прочитать знак как «ХСФ», Харьковская скульптурная фабрика. В данном случае в композиции знака без изобразительных элементов зашифрован характер деятельности предприятия.

Для Севастопольского производственного объединения «Швейпром» [154] мотивом знака послужило сочетание букв «СШ» (Севастопольский «Швейпром»). Знак необходимо было сделать так, чтобы его можно было превращать в нарядную нашивку для верхнего платья, украшать печатаемые ярлыки. Учитывая широкую известность Севастополя, как крупного приморского города, овеянного исторической славой, хотелось, чтобы знак выглядел торжественно, но без военно-морского привкуса. Буква «С» обрела характер большой накатывающейся волны на три маленькие, соединенные вместе, волны, читающиеся как буква «Ш» (Швейпром). Несмотря на необычность формы обеих букв они легко угадываются, а знак, в целом, получился ясным и запоминающимся.

В ряду рассматриваемых знаков имеется и такой, в котором все предельно просто до удивления. Это знак обслуживания для Грозненского салона-магазина [158], зарегистрированный еще в 1979 году. Две буквы «ГС» буквально сами собой, как дружные «Гриша и Света», ласково прижались друг к другу. В данном случае никакого дополнительного смысла здесь нет — просто приятный светлый знак.

А в знаке Старокрымского быткомбината [159] буквы «СК» объединены настолько, что

их просто нельзя разорвать. Композиция знака укладывается в квадрат, «К» образуется диагональным штрихом из нижней части буквы «С» направо вверх. По своему характеру начертания «СК» имеет не просто замысловатую форму, а стилистически напоминает поделки умельцев старого Крыма, имя которого носит быткомбинат.

Заканчивая рассмотрение знаков, имеющих в своей композиции букву «С», приведем знак Харьковского специализированного гастронома [160]. Основу знака составила округлая буква «С», а для того чтобы она приобрела индивидуальность и стала знаком, между концами буквы врисован кружок. И буква вместе с кружком ассоциируется с колечком полукопченой колбасы. Композицию знака завершает удачно найденная по форме буква «Г», размещенная в середине. Знак несет в себе отчетливый фирменный признак.

На основе рассмотренных примеров можно сделать вывод, что одна буква в различных сочетаниях и вариациях может применяться для очень большого числа вполне патентоспособных знаков. Но при этом важно, чтобы дизайнер сумел почувствовать специфику предприятия, характер будущей маркировки выпускаемых товаров.

При решении знаковых композиций шрифтовым путем весьма часто и с успехом применяется прием сращивания букв. Иногда это бывает очень органично.

Рассмотрим товарный знак, выполненный для Харьковского кооператива «Модуль» [161]. Знак был задуман и выполнен на основе тесного переплетения инициальных букв названия предприятия и города, в котором оно находится. Таким образом, это «МХ». Поскольку обе буквы могут быть симметричными и обе имеют наклонные штрихи, была выбрана конфигурация знака, в котором «М» и «Х», ритмично повторяя и пересекая друг друга одной лентой, образуют знак-монограмму, который по форме напоминает нарядный бант.

Гораздо более лаконичный вид имеет товарный знак для Волгодонского опытного экспериментального завода [162]. Три циркульные равновеликие по радиусам формы образовали знак из сросшихся букв «ОВ» (Опытный, Волгодонский). Легкий для восприятия и запоминания знак технологичен при маркировке металлопродукции.

По сходному принципу разработан знак для Ждановского завода металлоконструкций [163]. Здесь также, как в случае со [161], композицион-

ный замысел был основан на симметрии используемых в знаке букв инициалов названия «ЖМ». Далее была найдена устойчивая и вместе с тем динамичная общая форма знака, дополнительно подчеркнутая тональным контрастом нижней и верхней частей. Последним штрихом индивидуальной неповторимости явились стрелки на верхних окончаниях буквы «Ж». Знак имеет ярко выраженный индустриальный характер.

Весьма желательно, чтобы знак наряду с различными эстетическими и композиционными качествами имел в себе прямые ассоциации со спецификой предприятия и выпускаемой им продукции.

К примеру, непритязательный на вид знак для Николаевской фотофабрики [164] исключительно точно соответствует профилю предприятия, одновременно включая в себя и инициал названия фабрики «Н» (Николаевская).

Замысел построения знака основан на чередовании выпуклых и вогнутых линз, употребляемых в фотооптике. Изображенные ребром к зрителю три силуэта линз с двумя тонкими просветами потребовали всего одного поперечного просвета на средней вогнутой линзе, и знак был готов. Это убедительный пример, подтверждающий известную истину: самое главное — изначальный замысел.

Прост и элегантен знак для Запорожского тарного комбината [165]. Знак фактически состо-

ит из одной угловатой буквы «З», указывающей на место нахождения комбината. Но фактическая ценность его состоит в том, что внутри знака органично вкомпонован квадрат, прямо намекающий на профиль производства. С другой стороны, наличие этого квадрата вытекает из всей логики построения буквы знака. Все членения его соразмерны и соподчинены.

Исходный материал во многом определяется характером выпускаемой продукции, но в ряде случаев ассортимент выпускаемых товаров и предоставляемых фирмой услуг бывает очень разнообразным и большим. Разрабатывая знаки, это следует учитывать. Только что шла речь о тарном комбинате, материал — дерево, деревоплита, картон. А теперь возьмем Павлоградскую мебельную фабрику [166]. Современный потребитель хочет иметь в доме уют и, следовательно, удобную изящную мебель. Для маркировки такой мебели нужен знак созвучный желанию покупателя. В результате таких размышлений появился знак, органично соединивший в себе буквы «ПМ» (Павлоградская мебельная). Знак ненавязчиво ассоциируется с закругленными формами современной мягкой мебели. Он устойчив, добротен и ритмически организован.

Для предприятий швейного профиля характер знаков бывает достаточно разнообразным. Но все меньше появляется в них изображения



[160]



[161]



[162]



[163]



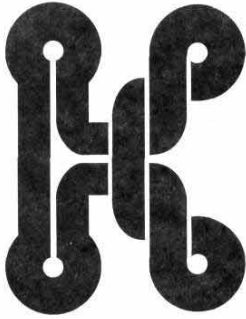
[164]



[165]



[166]



[167]



[168]



[169]



[170]



[171]



[172]

манекенщиц, манекенов и предметов готового платья. В буквенных знаках авторы чаще ограничиваются стилистическими намеками.

В знаке для Криворожского объединения по индпошиву и ремонту одежды [167] использован прием выкладки буквы-знака сдвоенной полосой с закруглениями на концах.

В какой-то мере для. Полтавского дома моделей [168] напоминает предыдущий. Здесь также была использована буква названия города, но на этот раз из упругой ленты, обозначившей букву «П».

Если в первом случае знак имеет четко очерченную строгую форму, то здесь верхний штрих придает знаку элегантность и подчеркивает творческое начало, присущее деятельности Дома моделей.

Для создания знаковых композиций, представляющих научно-исследовательские и проектно-конструкторские институты, обычно трудно найти элементы предметного мира, пригодные для воплощения графическими средствами в знаковой символике. В то же время учитывая большую значимость научных учреждений, разрабатываемые для них знаки должны обладать не только достаточными различительными качествами, но и высоким уровнем исполнения, содержательностью графической формы. Несколько обособленный вид имеют знаки [169] и [170]. Но они связаны между собой, т.к. оба в своей основе имеют инициальные буквы названия городов и графическое исполнение, имитирующее объемное графическое решение знаков.

Знак Харьковского филиала проектно-конструкторского института [169] представляет собой массивную белую букву «Х» (Харьков), в которой внизу слева штрих загнут полукругом внутрь буквы и заканчивается стрелкой. Вся буква обведена плотным контуром, создающим впечатление рельефа. В замкнутом, при помощи стрелки, пространстве изображен белый круг. Знак вызывает ощущение солидности, несмотря на отсутствие в нем конкретной атрибутики.

Подобным образом создан знак для филиала Реутовского проектно-конструкторского и технологического института автоматизации систем управления технологическими процессами [170]. Композицию знака представляет широкая белая полоса, оканчивающаяся стрелкой наподобие буквы «Р». Вокруг формы знака проведен контур со значительным утолщением вправо вниз.

В результате получилось объемное изображение, прочитываемое как буква «Р» (Реутово). За счет выступа вниз стрелки и рельефной обводки знак производит впечатление устойчивости и законченного, остановленного движения.

Стрелки в первом и во втором случаях ассоциируются с направлением проектного поиска. Нередко встречаются знаки, образованные изображением одной или нескольких цифр. Рассмотрим два примера подобных решений.

Знак для Харьковской типографии № 17 [171] имеет вид бумажного свитка, на котором светлым силуэтом изображены две массивные цифры «1» и «7». Для того чтобы число «17» стало знаком, нужно было найти форму цифр и их изящное соединение в верхней части, связавшее цифры в общий композиционный ряд.

Часто встречаются знаки, в которых цифры komponуются с буквами. В начале раздела уже рассматривался знак [98] для 2-й мебельной фабрики Харькова.

Характерным примером может послужить и знак [172] для Ярославского хлебозавода № 2. Он представляет собой массивную букву «Я», закругленную со всех сторон. В знак органично вkomпонована цифра «2», входящая снизу вверх белой полосой.

Когда буква, образующая композицию знака, в силу своей конфигурации асимметрична, авторы зачастую прибегают к приему: вкомпоновывают такую «неудобную» букву негативом на черную плашку. В этом варианте в форме знака доминирует форма плашки — и неудобств как не бывало.

Примером, подкрепляющим сказанное, может служить знак Горловского завода резиновых изделий [173]. Образной основой этого знака стало изображение заглавной буквы «Г» (Горловка), выполненное в характере надписи широконконечным пером. Окружение буквы — квадрат с двумя заоваленными углами по диагонали — обобщает беспокойную и малустойчивую форму буквы и создает спокойный экран для восприятия и запоминания данного знака. Найти соотношения белого и черного — главная задача таких решений.

В отличие от предыдущего знака [173] товарный знак для Шебекинского химико-биологического завода [174] представляет собой прописную букву «Б», внутренний просвет которой имеет форму капли. Таким образом, буква в данном случае подсказывает профиль предприятия.



[173]



[174]



[175]



[176]



[177]



[178]



[179]



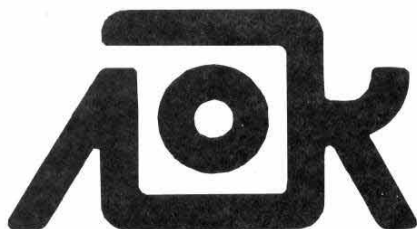
[180]



[181]



[182]



[183]



[184]



[185]



[186]



[187]

По такому же принципу решен знак для Харьковского молокозавода [175]. Квадратная в своей основе буква «М» (Молокозавод) с закругленными углами имеет средний просвет, открытый вверх в форме молочной бутылки. Таким образом, сам знак — буква «М» — необычной формы. Конфигурация внутрибуквенного просвета расшифровывает принадлежность знака к молочному производству.

Подборку аналогичных примеров можно закончить рассмотрением знака для Превомайского райбыткомбината [176]. На этот раз знак задуман так, чтобы буквы «ПР» не только легко узнавались и прочитывались, но своим контурным силуэтом показывали характерную сторону деятельности бытового комбината. Естественным образом буквы «ПР» при помощи объединения второго вертикального штриха первой буквы «П» с вертикальным штрихом второй буквы «Р» образовали узнаваемый силуэт стеклянной кружки, употребляемой для пива и кваса. Получился на редкость лаконичный, запоминаемый и, можно добавить, демократичный знак.

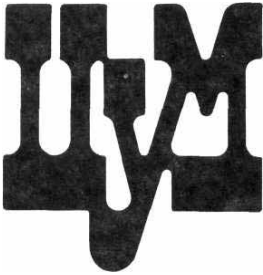
Для Ровенского производственного объединения хлебопекарной промышленности [177] знаком стало контурное изображение закругленной буквы «Р» (Ровно), которая по своей форме очень напоминает домашнее печенье. Такой знак воспринимается легко и приятно.

Рыбинскому хлебокомбинату [178] товарный знак был решен так, что благодаря его ритмической структуре можно почувствовать процесс замеса и выпечки хлебобулочных изделий.

В двух последующих знаках конкретные ассоциации воплощены в примерах из букв. Тем не менее, и по своему внешнему виду, и по характеру восприятия знаки совершенно не похожи друг на друга. Можно лишний раз убедиться, насколько велики и разнообразны возможности дизайнера-разработчика знаковых композиций.

Веселым росчерком прописной буквы «К» (Краматорск) воспринимается товарный знак для Краматорской конторы «Главплодоовощ» [179]. При создании таких знаков важно найти гармоничную форму, построенную на четком соотношении черных линий и заключенных внутри просветов. И еще необходимо учитывать, чтобы при уменьшении тонкие линии не пропадали, продолжая держать форму знака.

Знак для областного управления пожарной охраны Харькова [180] был задуман в шрифтовом



[188]

исполнении, но, в то же время, хотелось сделать его не знаком вообще, а знаком именно пожарной ведомства. Серьезный поиск позволил решить скучными средствами ясную, ритмичную композицию.

Весь знак выполнен тонкой линией одной ширины. В овал, он же буква «О» (охрана), вписаны контурные прописные буквы «У» (управление) и слитно с ней буква «П» (пожарной). Над верхним горизонтальным штрихом буквы «П» проглядывает часть буквы «У». Но если присмотреться внимательнее к группе букв «УП», то можно увидеть в окончаниях этих букв три языка пламени. Таким образом, буквосочетание «УПО» (Управление пожарной охраны) имеет признаки принадлежности данного знака пожарной охране.

По другому решен знак для Апостольского бытового комбината [181]. В этом случае решалась задача организовать три буквы в изящный знак-монограмму, который должен украшать швейные ярлыки комбината своими изящными формами.

При проектировании знака для научно-промышленной фирмы «Новые технологии» [182] нужно было объединить две разнохарактерные буквы «НТ» (Новые технологии). В результате два контурных полукруга и три симметрично расположенных черных треугольника образовали знак характерного, запоминающегося вида. В нем, кроме всего, зашифровано начертание двух букв «НТ» (Новые технологии), причем «Н» и «Т» органично объединены друг с другом.

Товарный знак для Криворожского локомотиворемонтного завода [183] бесспорно относится



[189]

к разряду шрифтовых. Однако есть особенность, отличающая его от остальных знаков подобного рода. В подавляющем большинстве случаев шрифтовые знаки образуются из начальных букв названий предприятий или городов их местонахождения. На этот раз знаковой основой послужило благозвучие первых букв названия завода «ЛЮК» (Локомотиворемонтный). Для смысловой и композиционной выразительности штрихи букв «Л» и «К» соединены горизонтальными линиями, и круглая буква «О», заключенная между ними, стала намеком на локомотивную ось.

Знак для СКТБ г. Харькова [184] образован силуэтом монитора, внутри которого размещена буква «Х» (Харьков), на которую направлена стрелка. Все это вместе прочитывается как буква «Э» (Энергоремонт).

Для Дзержинского комбината бытового обслуживания [185] знак создавался с учетом его разносторонней деятельности, включая пошив и ремонт одежды, парикмахерских услуг и химчистки. В результате нашлась необычная лентообразная форма знака, прочитываемого как буква «Д» (Дзержинский). Деталь знака, которая соответствует бытовой направленности деятельности комбината, — это светлая капля, лежащая внутри знака. В данном случае — это пример того, что разнонаправленная деятельность предприятия воплощена в выразительную запоминающуюся форму.

К числу таких необычных знаков можно причислить знак для Кременчугского опытного

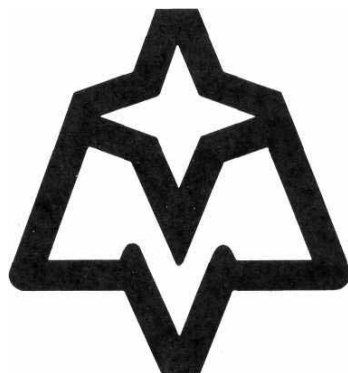
завода ВНИИ ТПИ [186]. По замыслу он должен был нести в себе динамику, свойственную средствам транспорта. Основными композиционными элементами были буквы «КО» (Кременчугский опытный). В процессе поиска решения буква «К» трансформировалась в устремленные вправо три треугольника-стрелки, соединенные с буквой «О», выполняющей роль колеса, которому сообщается сила вращения. Сказанное о знаке у кого-то может вызвать несогласие, но бесспорно то, что знак броский, не ординарный и хорошо запоминающийся. Рассматривая знак, разработанный для Харьковской фирмы «Мирэкс» [187], необходимо отметить, что с самого начала была поставлена задача компоновки знака на основе буквы «М» (Мирэкс) и по принципу аллогичного сопряжения рельефных форм с разносторонним освещением. Левая половина буквы изображена с учетом линии горизонта, проходящей ниже буквы, при этом источник освещения рельефа спереди и правее. Правая часть буквы воспринимается расположенной ниже горизонта, а источник освещения — слева от буквы вверх. Буква-знак имеет достаточно эффектный вид. Такие непривычные сопряжения рельефных форм, бесспорно, дают дополнительные композиционные возможности.

За последние годы аналогично построенных знаков появилось довольно много. Это можно считать одним из проявлений устойчивой тенденции построения сложных знаковых композиций с изображением рельефных объемных форм.

Очень часто новые знаки напоминают ребусы. В какой-то мере это помогает в охраноспособности знаков, но в то же время они трудны для восприятия и запоминания, с чем нельзя не считаться.

В практике разработки знаков часто встречаются заказы на частичные изменения или усовершенствования давно действующих зарегистрированных знаков. Характерен такой пример [188] и [189]. Новым руководителям Харьковского ЦУМа показался простоватым знак, зарегистрированный в 1981 году [188]. После продолжительной дискуссии был принят скорректированный вариант на старой основе. Заказчику более всего понравилась маленькая буква-звездочка «Х», которую автор преподнес как «звезду удачи»...

Чаще всего изменения бывают необходимы из-за смены названий, замены отдельных слов. Однако, если знак себя хорошо зарекомендовал, то желательно характер знака, по возможности, сохранить, оставив его похожим на прежний.



Комбинированные знаки

Самым распространенным видом товарных знаков и знаков обслуживания в нашей стране являются комбинированные знаки. И это не удивительно, если учесть, что при их создании авторы используют бесчисленное количество разнообразнейших вариаций. Мера документальности или стилизации изображения придает дополнительные возможности графической трактовке знака.

И все же наличие лишь нескольких основных групп определяет комбинированные знаковые композиции.

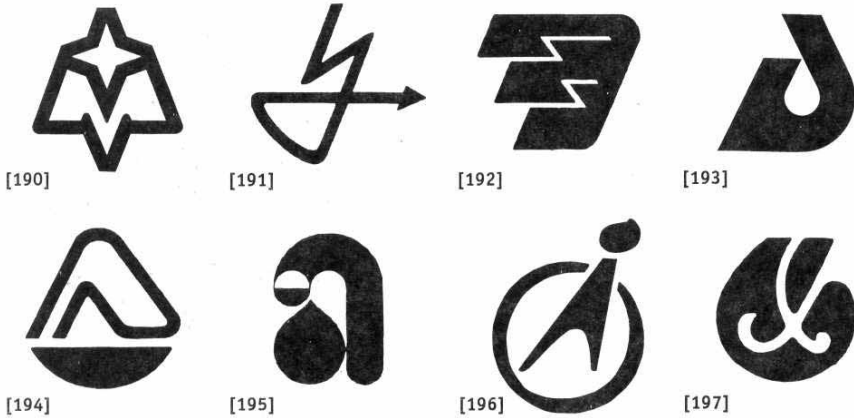
К первой группе относятся те знаки, в которых буквы, органично связанные с изображением, являются инициалами названия предприятия.

Вторую группу объединяют знаки, в которых изображение увязано с начальными буквами местонахождения предприятия или фирмы.

К третьей группе относятся знаки, объединяющие буквы и изобразительные элементы, отражающие характер деятельности данного предприятия. В некоторых случаях инициалы связаны с изображением товаров или инструментов, с помощью которых они изготовлены.

Наконец, **четвертую группу** составляют знаки-метафоры и символы, ассоциирующие знак с товаром или видом услуг.

Деление по вышеуказанным признакам достаточно условно, так как чаще всего получаются смешанные варианты, и в одном и том же знаке можно найти признаки сразу двух, а то и трех приведенных групп.



Ряд комбинированных товарных знаков открывается крупной иллюстрацией, на которой воспроизведен знак Харьковского индустриального гиганта-завода транспортного машиностроения имени Малышева [190]. Знак создавался в 1980 году, а практика тех лет показывала, что чаще всего крупные индустриальные предприятия страны имели знаки однотипные, вплоть до композиций из букв, окруженных шестернями.

Нужно было найти лаконичный образный знак, в котором превалировало бы образное начало, отражающее значительность и специфику предприятия.

В процессе поиска внимание сфокусировалось на инициальной букве — имени завода — «М». Ее симметричная раздвоенность подказала счастливую мысль: нужно оттолкнуться от образа стремительно надвигающегося тепловоза, когда он посылает впереди себя мощный сноп света. Реальный образ повседневной действительности был воплощен в строгой стилизованной форме комбинированного знака, органично объединившего букву названия с четырехгранной звездой, источником света и логическим центром композиции знака.

При разработке знака для Харьковского завода «Укрэлектромаш» [191], также как и в предыдущем случае, за основу композиции знака была взята заглавная буква названия предприятия, но на этот раз решение лежало, как говорится, на поверхности. Достаточно было найти эффективный росчерк буквы «У» в сочетании с молни-

образным зигзагом стрелки, устремляющейся слева направо, и знак был закончен. Получился простой, ясный, запоминающийся образ.

В знаках-росчерках желательно иметь хотя бы один горизонтальный или вертикальный штрих, определяющий положение знака на листе. В данном случае таким штрихом является горизонтальная линия, со стрелкой на конце.

В другое время и при других обстоятельствах был разработан товарный знак для предприятия «Электротехмонтаж» [192]. Несмотря на внешнюю разницу он решен по принципу предыдущего знака.

На этот раз не росчерк буквы явился основой, а динамично очерченная массивная буква «Э» («Электротехмонтаж») с двумя просветами-молниями.

Получился броский эффектный товарный знак, в котором заложено начало названия предприятия и четко обозначена производственная специфика.

Мотивом знака для Дергачевского опытного завода [193] точно также послужила начальная буква местонахождения завода. Просвет внутри буквы придает знаку его принадлежность к химической отрасли.

Лохвицкий приборостроительный завод [194] — предприятие, изготавливающее медицинские приборы. Для этого знака нашелся очень лаконичный и адресный мотив. Над черным сегментом, колбой с изогнутой горловиной, размещена контурная буква «Л» (Лохвица), напоминает о производственной направленности завода.



[198]



[199]



[200]



[201]

Для Горловского химкомбината «Артемуголь» [195] знак был образован изображением изогнутого отрезка трубы и вытекающей из него большой капли. Это силуэтное изображение напоминает букву «А» («Артемуголь»). В знаке объединились начало названия комбината с ассоциацией химической направленности его деятельности.

Одесскому заводу лакокрасок [196] основной знаковой композиции послужила буква «О» (Одесса), в которую вкомпоновано изображение верхней части кисти. Эта часть может быть воспринята как буква «Л» (лакокраска).

К разряду химических предприятий принадлежит Харьковский химфармзавод [197]. Это предприятие производит маркировку выпускаемой продукции в мелких расфасовках, поэтому знак требовался очень лаконичный и приспособленный к большому уменьшению. В результате курсивная буква «Х» (химфармзавод) светлым силуэтом органично вошла в изображение массивной колбы, символизирующей специфику предприятия.

При разработке знака для Харьковского научного центра «Медицина труда» [198] ставилась задача придать ему визуальную узнаваемость, ощущение чистоты и свежести белых халатов. В результате толстый контур очертил объединенные крест и букву «М» (Медицина). Гуманность профессии подчеркивается мягкостью форм.

К числу экономных решений следует отнести товарный знак для Харьковского шрифтолитейно-



[202]

го завода [199]. На первый взгляд, это изображение массивной буквы «Х» (Харьков), которая перекрывает своей нижней половиной раскрытую книгу. При этом разворот книги стал напоминать букву «Ш», а нижняя половина буквы «Х» — букву «Л». В результате возникает композиция из начальных букв названия завода «Харьковский шрифтолитейный».

Нечасто удается так органично объединить несколько букв в ясную элегантную композицию. С точки зрения экономичности изобразительных средств товарный знак для Сухиничевского хлебзавода [200] можно сравнить с предыдущим.

Контурное изображение совы с огромными вытаращенными глазами оказывается буквой «С» (Сухиничи), контур глаз — буква «Х» (хлебзавод). И, наконец, темные поблескивающие глаза воспринимаются как два батона. Сюжетная занимательность решения этого веселого знака делает его легким для запоминания.

Товарный знак для Харьковского мясокомбината [201]. Вертикальная композиция буквоосочетания ХМ (Харьковский мясокомбинат) образует подвеску «ХМ» для перевязанной буквой «М» массивной палки колбасы. Несмотря на предельный лаконизм формы, колбаса узнается сразу.

Для Полтавского мясокомбината [202] в знаке четко прочитывается только буква «М» (мясокомбинат). А в целом, все вместе является изображением свиного копытца, заключенного в круглую рамку.

Мариупольский пивной завод [203] представлен лаконичным знаком, который четко прочитывается как буква «П» (пивзавод), межбуквенный просвет которой вырисовывается формой бокала.

В качестве мотивов товарных знаков для предприятий технического профиля долгие годы безотказно служили всевозможные вариации обыкновенных шестигранных гаек. Их форма удобна для компоновки как с буквами, так и с другими геометрическими фигурами.

Для трудовой колонии в селе Темновка [204] знаком стала композиция, изображающая вид сверху шестигранной гайки, в которую плотно вписана буква «Т» (трудколония). Гайка и буква «Т» объединены и образуют пару естественно соединенных между собой элементов.

В другом случае мотивом для образования знаковой композиции послужил номер названия учреждения. Речь идет о товарном знаке [205] для Черновицкого профессионально-технического училища № 6 со слесарным уклоном. Несколько трансформированное контурное изображение гайки превратилось в граненую гайку-шестерку и таким образом стало товарным знаком для учреждения с определенным техническим профилем обучения.

Когда в продукции предприятия имеются предметы, которые можно изобразить вместе с инициалами в знаковой композиции, задача создания знака значительно упрощается. Например, Васильковский завод металлобытизделий [206]

выпускает портативные металлические рождественские елочки.

При разработке товарного знака для этого завода мотивом послужило объединение в общую композицию силуэта стройной стилизованной ели с буквой «В» (Васильковка). Причем, наложение силуэтов друг на друга создает внутреннее контрастное напряжение знаковой композиции.

Иногда, в зависимости от характера деятельности предприятия или от его местонахождения, деревья или пейзажные мотивы приходится изображать в знаках более или менее подробно.

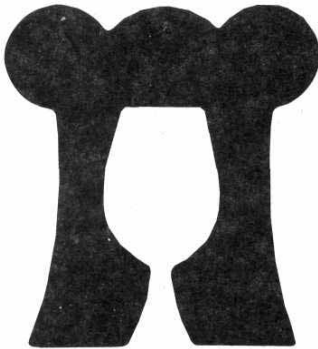
Так был решен товарный знак для Сочинского райпромкомбината [207]. Он представляет собой кусочек приморского пейзажа. Набережную образует буква «С» (Сочи), из которой выходит вверх пальма, а рядом намечены барашки волн.

Для предприятия, выпускающего сувениры, весьма важно, чтобы и знак по духу и внешнему виду соответствовал этой курортной нарядной продукции.

Для Харьковской фабрики «Спортивентарь» [208] знак был разработан на основе изображения знаменитой статуи «Дискобол» античного скульптора Фидия.

Мотивом знаковой ситуации послужила прописная буква «С» (спортивентарь), движущаяся от диска в руке дискобола как след размаха руки атлета.

В процессе создания этого знака возникли определенные трудности. Перерисовка реальной скульптуры дискобола в задуманный знак



[203]



[204]



[205]



[206]



[207]

не давала органичного соединения ее в цельную знаковую композицию. Пришлось значительно стилизовать фигуру. После этого получился знак, напоминающий свой знаменитый прообраз.

Для Харьковского производственного объединения «Детодожда» [209] в знаке также использован мотив фигуры. На этот раз инициальная буква «Д» (детодожда) с круглой обводкой послужила основой для изображения знака — ребенка с веселой физиономией. Знак полностью соответствует характеру деятельности предприятия и может разносторонне использоваться в рекламной деятельности.

Краснодарскому горпромкомбинату [210] товарный знак разработан на мотив весеннего натюрморта. Изображен полосатый кувшин, из которого выглядывает бутон тюльпана с двумя листьями. Но тюльпан не простой, а имеющий форму курсивно написанной буквы «К» (Краснодар). Таким образом, живописный мотив преобразен в теплый, легко запоминающийся товарный знак.

Для промышленного комбината города Старый Крым [211], с которым связана жизнь писателя-романтика Александра Грина, хотелось сделать необычный знак. Итогом длительного поиска решения стала пара соколов, сильных, стремительных и свободных птиц, в которых угадываются инициальные буквы названия города «СК». Знак пластичен и легко запоминаем.

Неожиданное решение знака нашлось для Крымского машиностроительного завода вино-

дельческой промышленности [212]. Три трубы в изображении знака легко уместились в одном виноградном листе. Композиция напоминает светлый цветок с тремя пестиками. Над трубами легким дымком — курсивная буква «К» (Крым). Знак получился винодельческий, в пору ставить на бутылки с вином.

В семидесятые годы жил-был в СССР город Советск, где находился городской промышленный комбинат [213]. Для него был заказан товарный знак. Не мудрствуя лукаво и создавая высокую ответственность порученного дела я разработал знак из курсивной заглавной буквы «С» (Советск), над которой динамично развевается упругий флаг, несомненно красного цвета. Вспоминая, насколько все было заидеологизировано, добавлю к этому, что на состоявшейся в г. Ташкенте выставке-семинаре, организованной Всесоюзной торгово-промышленной палатой, за экспонированный знак для Советского горпромкомбината я был награжден почетной грамотой ВТП.

Знак для бытового комбината города Снежное [214] также рождался на основе массивной буквы «С» (Снежное), но по характеру и по духу он совсем иной. На этот раз орнаментально-матерчатый декоративный мотив доминирует в изображении буквы «С». Внутри ее прописная буква «Б» (быткомбинат). Знак выдержан в стиле швейных нашивок и ярлычков.

Для Иркутского завода кожевенно-меховых изделий [215] знак представляет собой контурное изображение сидящего песка с поджатым



[208]



[209]



[210]



[211]



[212]



[213]



[214]



[215]



[216]



[217]



[218]



[219]



[220]

хвостом. И была бы это просто картинка, если бы не буква «И» (Иркутск), которая органично вписалась в фигуру животного, прорисовывая его заднюю и переднюю лапки. Знак создан лаконичными средствами графики и вполне соответствует своему назначению.

Разрабатывая товарный знак для Курского производственного объединения «Облбувбыт» [216], удалось придать специфический «обувной» вид. Очерченный тонким контуром, он напоминает ботфорт для кота в сапогах и, в то же время, легко прочитывается, как буква «К» (Курск).

Броский, необычный знак создан для Харьковского кооператива «Аистенок» [217]. В изображенной букве «а» — глаз. Справа от буквы — треугольник — клюв. Конструкция птичьей головы из буквы «а» очень проста, но знак активен, останавливает внимание, а образ хохлатого аистенка запоминается сразу.

В провинции и в больших городах в 70-80 годы было огромное количество районных и городских пищекомбинатов. Их профиль — выпуск самой разнообразной пищевой продукции. Поэтому дизайнеру-разработчику знака трудно конкретизировать изобразительное содержание композиции.

Для знаков пищекомбинатов часто использовались образы птиц, близких и понятных спутников каждого сельского человека.

Для Первомайского райпищекомбината [218] товарный знак представляет собой изображение контурной буквы «П», обрамляющей голову птицы с поднятым крылом. Знаку присущ лаконизм и законченность форм.

Товарный знак, разработанный в свое время также на основе буквы «Д» для колхоза имени Димитрова из Воронежской области [219], очень прост. С формой яблока органично увязана вписанная в него буква «Д».

Знак для Каховского райпищекомбината [220] начертан импульсивным росчерком, изображающим петуха, спинка которого плавно переходит в букву «К» (Каховка). Образ напоминает роспись на украинской гончарной посуде. Народное декоративно-прикладное искусство является важным источником творческого вдохновения, эталоном вкуса и исполнительского мастерства.

Лаконично решен товарный знак для Луганского горпищекомбината [221]: из разреза

рисованной буквы «Л» (Луганск) свисает симметричная, светлая гроздь винограда, и этого вполне достаточно.

Товарный знак для Днепропетровского ОРСа [222] не менее лаконичен. Здесь из очень стилизованной буквы «Д» (Днепропетровск) выходит высокий фужер, наполненный вином.

Для Чечельницкого сахарного комбината [223] был выполнен товарный знак — буква «Ч» (Чечельницк), имеющая заоваленную форму. Верхний разъем буквы напоминает плод сахарной свеклы — исходное сырье сахарного производства. Немного воображения, и мы сможем увидеть также поясное изображение седобородого старика в восточной шапочке. В знаках такое иногда бывает. Единственно, чего следует избегать, чтобы побочный смысл не вызывал отрицательных эмоций.

В решении композиции товарного знака для Луганского завода «Энергоремонт» [224] добрую службу сослужило воспоминание о старинном оружии — арбалете. А подсказала это заглавная буква названия предприятия «Э». Очень легко и просто родился элегантный знак, явно несущий в себе заряд энергии.

Комбинированный товарный знак для Добросинского деревообделочного комбината [225] разработан в виде массивной буквы «Д» со скругленными выступами внизу. Внутрибуквенный просвет имеет форму приземистой ели. Знак сбалансирован, динамичен, в нем без труда узнается производственная специфика.

Знак обслуживания для Октябрьского пищевого г. Днепропетровска [226] может ассоциироваться с восходящим солнцем в окружении лучей.

Разрабатывая знаки для предприятий, не имеющих четко выраженного профиля производства, когда выпускается много разнообразной продукции, целесообразно присмотреться к его названию и местонахождению. На их основе иногда можно выбрать мотив и композицию знака.

Харьковскому комбинату бытового обслуживания «Веснянка» [227] очень подошла весенняя ласточка. При помощи несложной стилизации силуэта птицы произошло отождествление с буквой, начинающей название комбината. Так возник знак обслуживания — буква «В» — ласточка. Симпатичный и запоминающийся знак.

Межотраслевое акционерное общество «Полет» г. Харькова [228] интересно своим названием.



[221]



[222]



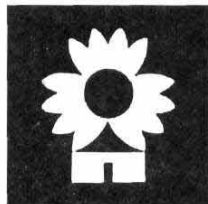
[223]



[224]



[225]



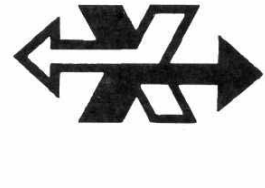
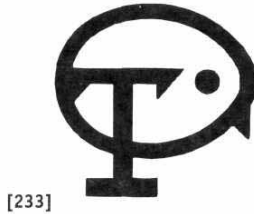
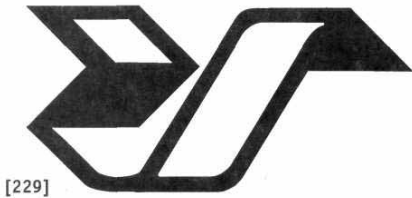
[226]



[227]



[228]



В результате поиска получился знак — изображение стилизованной птицы в полете. Крылья птицы расположены так, что их силуэт прочитывается как буква «П» (Полет). В данном случае изображение птицы подчеркнуто условное. Она является лишь синонимом полета.

По сходному сценарию разрабатывался товарный знак для Харьковского кооператива «Ускорение» [229]. Мотивом композиционного решения был образ динамичной устремленности. В результате нашлось интересное сочетание основания стрелы с винтообразно перекручивающейся лентой. Знак в основе своей контурный, но два тональных акцента добавляют ощущение устремленности вперед: слева направо. В знаке прочитывается также начальная буква названия кооператива «У», и это придает ему конкретность.

Для Харьковского завода медицинских пластмасс и зубоорудных материалов [230] товарный знак был задуман и выполнен на основе общепринятого символа медицины — змеи.

На этот раз она была изображена в строго стилизованной форме и четко прочитывалась как буква «М» (медицинские пластмассы). В процессе работы над знаком ставилась задача — обтекаемость формы.

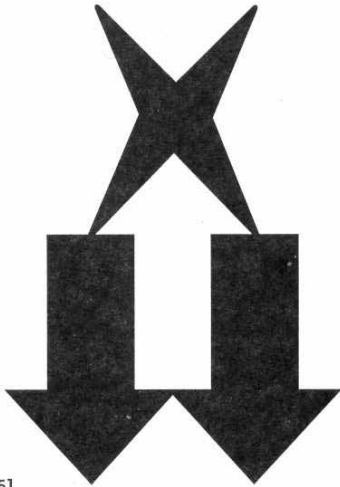
Богородчанскому ПТУ № 12 был разработан товарный знак [231]. Его особенность в том, что

он образован изображением двух слесарно-механических деталей без каких-либо изменений. Признаком «знаковости», если можно так сказать, заключается в том, что все вместе прочитывается буквой «Б» (Богородчанск).

Харьковскому сельскохозяйственному институту имени Докучаева [232] знак был задуман в традициях издательских знаков. В круглой рамке, образованной пшеничным стеблем с колоском, размещена инициальная пара букв «ИД» (институт Докучаева). Знаку присуща строгая ясность. Он вполне отражает характер деятельности института.

Малое предприятие «Тест» [233] специализировалось на изготовлении инкубаторов, поэтому знаком стало изображение цыпленка, лапка и крыло которого напоминают заглавную букву «Т» (Тест). Замечу, что изображен только что вылупившийся цыпленок. Он имеет форму яйца, именно такими они появляются на свет из инкубатора.

Для областного бюро путешествий и экскурсий в Харькове [234] найденное решение знака оказалось простым и вместе с тем достаточно образным. Белая и черная стрелки с хвостовым оперением, направленные от центра в разные стороны, образовали черно-белую букву «Х» (Харьков). Отдаленные ассоциации с компасом отражают характер деятельности бюро.



[235]



[236]



[237]



[238]



[239]

По ходу описания различных композиционных приемов при разработке знаков многократно встречались композиции, в которых фигурировали изображения стрелок. Они указывают направление движения. В данном случае мы столкнулись с примером, показывающим при помощи стрелок движение в разные стороны, что является сутью путешествий.

Знак для Харьковского ВНИИ «Южгипрошахт» [235] также состоит из стрелок. Верхнюю часть его образует четырехконечная звезда, она же буква «Х» (Харьков). Вниз от буквы «Х» параллельно идут две массивные прямые стрелки, в просвете между которыми образуется белая стрелка, направленная вверх. В лаконичной форме этого знака показана деятельность научно-исследовательского института, связанная с работами под землей, и извлечение из-под земли.

На иллюстрации [236] воспроизведен товарный знак Харьковского кооператива «Монитор». Этот эффектный знак образован изображением звездочки-импульса и перекрестия лент в виде «ХМ» (Харьков, Монитор). Форма знака напоминает экран, излучающий свет.

Для научно-производственного внедренческого общества «Медрадиосистемы», Харьков [237], композиция знака — это изображение контурного экрана, по которому в виде осциллограммы растянута стилизованная змея — по-

всемирный символ медицинской науки. Она же — буква «М» (Медрадиосистемы). Знаку свойственны простота и узнаваемость профиля деятельности.

Не похож на рассмотренные ранее товарные знаки знак для Коммунарского коксохимического завода [238]. В нем сконцентрирован характерный облик индустриального Донбасса. Основу знака составляют стоящие рядом заводская труба и террикон. Этот силуэт образует массивную букву «К» (коксохимический). В правую сторону из трубы вырывается полоска дыма, образующая букву «З». Ясный, легко запоминающийся образ.

Знаком для Нижегородского РБК [239] послужила буква «Н» (Нижегородск), над плавными, мягкими формами которой размещен черный кружок. Вместе эта пара напоминает изображение женского жакета с коротким рукавом. Получился элегантный знак для комбината, выпускающего швейные изделия.

В разное время выполнены несколько товарных знаков для ремонтно-строительных предприятий.

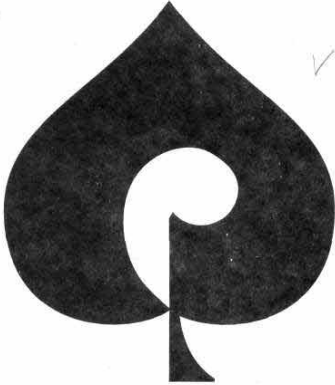
Первым из них был разработан для Полтавского «Ремстройтреста» [240]. В квадратной черной стене изображена приоткрытая дверь. И это все. Знак получился на редкость лаконичным и ясным.



[240]



[241]



[242]



[243]



[244]



[245]

Вторым был товарный знак для Донецкого «Ремстройтреста» [241]. Он задуман как массивная буква «Д» (Донецк), отлитая из бетона, а вместо просвета внутри буквы высвечивается кельма — ручной инструмент каменщика. Эта деталь дает безошибочный адрес ремонтно-строительного профиля.

Оба описанных товарных знака, каждый по-своему, выражают характер строительной деятельности, но бывает, когда знак трудно соотнести с конкретной сферой производства, но, тем не менее, он завоевывает право на существование.

Именно так произошло с товарным знаком для Симферопольского «Ремстройуправления» [242].

Затянувшийся поиск привел к решению в «лирическом ключе». В основу композиции лег древесный лист с упругими округлыми формами, которые естественным путем образовали белым силуэтом внутри листа букву «Р» — первую букву Ремстройуправления. Знак беспрепятственно прошел все необходимые инстанции утверждения — оригинальность формы знака, даже если в нем отсутствуют производственные мотивы того класса, по которому он проходит, знак — главный аргумент успешной регистрации.

При разработке знака для Львовского инженерно-строительного института «Стройпроект» [243] была поставлена задача достигнуть в знаке ощущения пространственности внутри изображаемых букв «СП» (Стройпроект, Львов). Для этой цели буква «С» была сконструирована в виде разреза трехмерного помещения. Вторая буква «Л» присоединена к «С» наподобие выгнутой по заданной форме металлической полосы. Получился лаконичный знак, который позволяет ощутить специфику института.

Товарный знак для Полтавского инженерно-строительного института [244] по условиям заказа выполнялся на основе украинского правописания. Исходными буквами были определены «ІП» (інженерно-будівельний, Полтава). Общий графический облик образует пространственно изображенная буква «П». Остроумно вкомпонованная «б» подчеркивает пространственность оригинальной формы знака и отражает специфику инженерно-строительного института.

Проектируя товарный знак для завода «Искра» г. Пологи [245], хотелось избежать изоб-

ражений традиционных вспышек, которые немедленно приходят в голову при упоминании слова «Искра»...

В результате было решено остановиться на композиции, в которой знак образован массивной белой буквой «И» (Искра) с толстой обводкой. Искорка, все же, присутствует в этом знаке, как четырехконечная звездочка — композиционный

Г2461 ^~^~^~
центр, объединяющий диагонали и вертикали знака. Знак состоялся, он достаточно привлекателен и легко запоминаем.

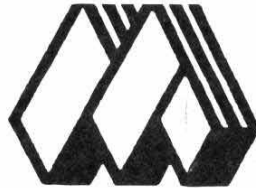
При разработке знака для Харьковского малого предприятия «Полярон» [246] основанием композиции стало изображение экрана компьютера, из которого вверх, подобно языкам пламени, вырывается буква «П» (Полярон). Композиционный и тональный строй знака передают ощущение напряженного динамизма производственных процессов «Полярона».

В товарном знаке для Змиевской бумажной фабрики [247] нашелся вариант, который подсказывает, что вырабатывает фабрика. В черном пространстве квадратной плашки, упруго перекатывая [248] ясь по воображаемому валу, раскручивается лист бумаги, образуя заглавную букву «З» (Змиев).

Знак для Елецкой мебельной фабрики [248] — сорока, в которой узнается буква «Е» (Елец).

Основой знака для Белгородской мебельной фабрики [249] послужил мотив, не связанный с выпускаемой этим предприятием продукцией. Был найден другой образ, который дал возмож- [249] ность построить изящный знак-букву. На ритмах условных светотеней возник знак «М» (мебельная), выложенный из остроконечных дощечек паркета.

Обычно предприятия, деятельность которых связана с лесом и древесиной, находятся в отдалении от крупных индустриальных центров. И тем не менее, в Харькове расположено производственное объединение с названием «Харьковдрев» [250]. В основе композиции симметричная буква «Д» (Древ). Над буквой раскинула ветви обширная ель. И вот здесь потребовался простой, но эффектный прием: вдоль покатых сторон буквы «Д» вверх протянулись, перекрещиваясь над буквой, два широких пробела. Этим ходом удалось четко выделить букву «Д», а сани белые просветы образовали возвышающуюся над «Д» букву «Х» («Харьковдрев»). Получился знак с четко выраженной производственной ориентацией.





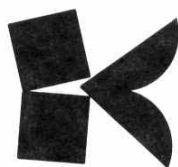
[251]



[252]



[253]



[254]



[255]

При разработке товарного знака для Ярмолинцевского лесхоззага [251] был использован прием прямо противоположный только что рассмотренному. На этот раз форму знака определила массивная буква «Я» (Ярмолинец). Снизу, по центру, вертикально вверх, тремя ритмично повторяющимися просветами вырастает тонкая изящная елочка. В этом знаке достигнута гармоничная согласованность найденных округлых форм и соотношений линейных пропорций.

Поиск композиционного решения для товарного знака для Гадячского лесхоззага [252] — сложное соединение в одну упряжку букв «ЛГ» (лесхоззаг, Гадяч). Представив себе в укрупненном плане древесные торцы с их годовыми кругами и расчленив на детали, собрал из них знак, прочитывающийся «ЛГ». Получился очень древесный товарный знак.

Товарный знак Днепропетровского лесхоззага [253] в сюжетном отношении нельзя назвать новаторским, но он изящен и отражает специфику лесозаготовительного комбината. Главная композиционная особенность знака состоит в том, что над буквой «Д» (Днепропетровск) возвышается ель, она же буква «Л» (лесхоззаг). Весь знак построен в едином ритме, придающем соразмерность композиции.

Самым лаконичным получился товарный знак Кременчугского лесхоззага [254]. Каждое композиционное решение обычно подсказывает и стилистический ход исполнения. Знак прочитывается как буква «К» (Кременчуг). Вертикальный

штрих буквы делится на две части стреловидной формой.

Различные исходные буквы дают возможность создать не похожие друг на друга товарные знаки. Однако и из одинаковых букв можно заполнить совершенно разные знаки. Для сравнительного анализа рассмотрим товарный знак, разработанный несколькими годами раньше. Это знак для Конотопского лесхоззага [255].

Геометрической четкости форм первого знака противостоят плавные лекальные формы второго. Но и на этот раз знак прочитывается как буква «К» (Конотоп). Достоинством можно считать его сходство с пернатым красавцем — тетеревом. Вообще, изображение красивых творений природы требует от художника особого подхода и мастерства.

Возможно, вместо птицы лучше было бы изобразить поле или дубовый лист, но ведь то все уже было, а вот такой буквы-тетерева нет. Любой, даже очень хороший знак выполнить сравнительно легко, придумать же оригинальный ход и найти окончательную композицию дело весьма серьезное.

Есть отрасли промышленности, продукция которых не существует в реальной форме. Реально может быть изображен только результат ее использования. К таким отраслям относится газодобывающая. В процессе создания знака обслуживания для находящегося в Харькове Украинского НИИ природных газов [256] все варианты так или иначе были связаны с процессами



[256]



[257]



[258]



[259]



[260]

сжигания газа, с самым наглядным и эффектным, что связано в представлении человека с добычей и использованием природного газа.

В заключительном виде знак представляет симметричную, устремленную вверх форму, напоминающую наконечник копья, левая часть которого состоит из языков пламени. В знаке просматривается также и буква «Х» (Харьков).

В Харькове находится завод «Стройгидропривод» [257]. Выполненный для него товарный знак образован массивной линией, идущей справа налево, сначала волнообразно, символизируя воду, а затем взмываясь вверх по кругу, заканчивается стрелкой — буквой «С» (Стройгидропривод). Второй знак, отражающий водную специфику, выполнен для Новочеркасского инженерно-мелиоративного института [258]. Из толщи воды, обозначенной волнистой линией, поднимаются вверх три массивные стрелки. Между ними вполне органично высвечивается заглавная буква названия города «Н» (Новочеркасск), в котором находится институт. Знак раскрывает мелиоративный профиль института, а стрелки указывают на процесс осушения своим энергичным движением из толщи воды.

Еще один товарный знак [259] был разработан для предприятия, производственные процессы которого связаны с водой и осушением. Это Ровенское торфообъединение. По внешнему виду он похож на дорожный знак. В круглой рамке, помогающей сосредоточить внимание зрителя на основных элементах, горизонтально начертана волнистая полоса — это вода. Под ней вертикаль-

ный прямоугольник — это брикет торфа. Обозначения воды и залегающего под ней торфа образуют букву «Т» (торфообъединение). Все достаточно просто и ясно.

Многолетняя практика показала, что очень большой процент заказов на разработку товарных знаков поступает от многочисленных предприятий, выпускающих швейную продукцию. Это затрудняет процесс поиска композиционного решения — трудно избежать невольного сходства новых знаков с зарегистрированными ранее.

Вот некоторые примеры создания комбинированных швейных знаков. Сосницкий райбыткомбинат [260] изготавливает швейные изделия. Учитывая именно это обстоятельство, в прописную заглавную букву «С» (Сосница) была вписана тонкая, как шивка в одну нитку, стилизованная сосенка. Так выглядит этот светлый и изящный товарный знак.

Комбинат бытового обслуживания г. Дзержинска [261] в перечне своей продукции также имеет швейные изделия. На этот раз пришла мысль, что буква названия города «Д» может быть хорошо вписана в тремпель. В процессе работы эта мысль подтвердилась. Органичное единство предмета и буквы подтвердило правило: чем теснее предметы объединяются с буквами или становятся неразрывным целым, тем оригинальнее композиция знака.

Товарный знак для Ивано-Франковского швейного училища [262] состоит из двух букв, определяющих на украинском языке название города.

В процессе поиска нашелся интересный выход: сначала две буквы объединились в одну

двойную, а затем удалось придать знаку не только «швейный», но и местный западно-украинский колорит.

Иногда в знаке для предприятия отражаются не только специфика производства, но и характер его руководства.

Как пример можно привести товарный знак для Лозовского швейно-торгового предприятия [263]. Выполнялся он сравнительно недавно: в начале 90-х годов, когда зарубежная продукция заполнила прилавки наших магазинов. Естественно, было желание заказчика показать себя с более выгодной стороны. В результате получился знак, образовавший двумя витками полосатой ленты букву «Л» (Лозовая). Внутри «Л» на черном фоне белое изображение буквы «Ш» (швейно-торговое), похожее на корону. Знак оказался традиционным для этой отрасли.

Некогда возникло желание во что бы то ни стало найти новое решение для швейного знака Харьковской фабрики «Детодожда» [264] на мотив ежик-портной. Задача оказалась не из легких. Основная трудность — изобразить колючий наряд портного-ежика. И лишь когда вырисовалось оригинальное решение иголок в виде вышивки, ежик, опирающийся на большие ножницы — букву «Х» (Харьков), наконец, стал веселым легким знаком.

Добавлю также, что упрямое желание изобразить на знаке ежа появилось неспроста, ведь забавные ежики-портные были персонажами многих детских сказок. Наверно, по аналогичным

причинам портных-ежиков неоднократно изображали в знаках и мои предшественники.

К традиционно «швейным» знакам относится товарный знак для Старобешевской швейной фабрики «Комсомольская» [265]. Композиционной основой его послужило изображение буквы «К» «Комсомольская». Черная пуговица, определяющая принадлежность предприятия, завершает композицию справа по центру.

Отличительным качеством знака является неординарная трактовка его основного элемента — буквы «К».

Последним в серии швейных знаков рассмотрим товарный знак для Дергачевской швейной фабрики «Ранок» [266]. По замыслу обыгрывается смысловое значение названия фабрики: «Ранок» — утро. Кроме того, в композицию включены две инициальных буквы. Основой самого знака стала форма буквы «Д», близкая к латинскому начертанию, внутрибуквенный просвет — буква «Р» (Ранок) с изображением солнышка — центра графической композиции. Получился безусловно адресный товарный знак.

Так же, как и в предыдущем случае, от названия предприятия пришлось отталкиваться в решении товарного знака для Николаевского завода «Металлоигрушка» [267]. В черный силуэт игрушечного слоника вкомпонована белая буква «М» (металлоигрушка). Она очертила слоновье ухо и одновременно стала каркасной основой знака. Остается добавить, что слон-знак вызывает симпатию и ассоциацию с детскими игрушками.



[261]



[262]



[263]



[264]



[265]

Значительно позднее пришлось выполнять товарный знак для Харьковского детского универмага «Дитячий світ» [268]. И на этот раз поиск решения привел к любимцу детей слону. Но теперь, в отличие от угловатого николаевского собрата харьковский игрушечный слон получился плавно-округлой формы. Не обошлось и без слоновьего уха, удобного для привязки букв. Но на этот раз очертившая его полукругом вниз вправо прошла буква «С». А буква «Д» возвышается как паланкин на спине слона. В этом знаке есть восточная экзотика, привлекательность для детей и их родителей.

Еще один товарный знак выполнялся для Волгоградской фабрики игрушек [269]. Сильно вытянутый влево верхний горизонтальный штрих буквы «В» (Волгоград) превратился в хвост игрушечного вертолета, над которым разместился пропеллер. Такой ход близок детскому мировосприятию. Ребенку ничего не стоит обычную палочку представить себе скакуном.

Для небольших предприятий, расположенных в провинциальных городах, часто товарный знак возникает по ассоциативному ощущению от названия города. По такому сценарию разработан знак для райпромкомбината г. Черноморска [270]. Он возник на основе нечасто встречающейся в начале названий городов буквы «Ч». Изображение овальной бухты, на берегу которой возвышаются три кипариса, составило ее верхнюю часть. Знак получился с лирическим оттенком и явно приморским.

В композиции знаков для предприятий и учреждений, связанных с культурной деятельностью, обычно используются какие-то характерные изобразительные элементы, относящиеся непосредственно к предприятию.

Товарный знак для Харьковского «Кинотехпрома» [271] сформирован из самой киноленты.

Два расположенных рядом отрезка пленки образуют букву «К» (Кинотехпром). Знак тяжеловат, но узнаваем.

Для Харьковского завода «Муздеталь» [272] за основу не захотелось брать изображение какой-либо из деталей музыкальных инструментов. Все они специфичны и знакомы лишь узкому кругу лиц — музыкантов, исполнителей. Был найден мотив ассоциативного характера. Знаком стало изображение стилизованной поющей птицы, туловище и крылья которой образуют букву «М» (Муздеталь).

Для Харьковского учебно-производственного центра Украинского заочного педагогического института [273] был создан знак обслуживания на тему вычислительной техники и современных форм обучения.

Композицию знака составляют две буквы — черная «У» и обрамляющая ее контурная буква «Ц». Вместе они составляют инициалы названия «Учебно-производственный центр». Левая сторона буквы «У» образована перфолентой — актуальным в то время символом счетной техники.



[266]



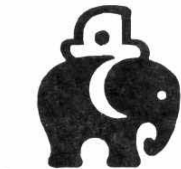
[267]



[270]



[271]



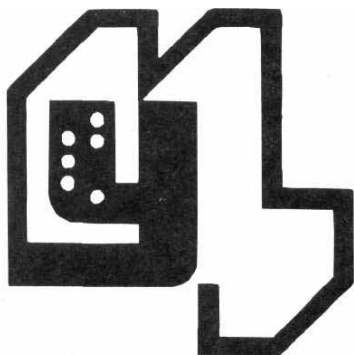
[268]



[269]



[272]



[273]

На иллюстрации [274] воспроизведен знак, который разрабатывался для Харьковского творческого центра «Янус». На этот раз нужно было соответствующим образом представить героя легенды, превратив его образ в современную знаковую форму. Буква «Я» (Янус), имеющая пропорцию квадрата, была разделена по вертикали пополам. В левой части изображен белый



[274]

профиль молодого Януса на черном фоне, а в правой, наоборот — черный профиль на белом фоне. В знаке удачно выражена мысль о единстве знания и энергии, присущих современному творчеству в технике. Двуликий Янус молод и энергичен с одной стороны, и умудренный опытом седобородый старик — с другой. Оба лика увенчаны общим венком.



Студенты продолжают

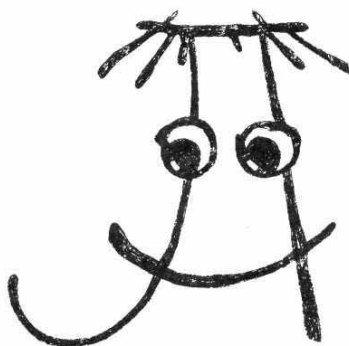
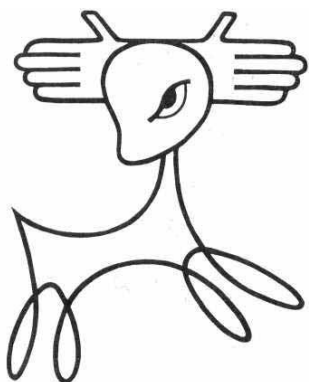
После знакомства с историей развития и становления отличительных знаков, а также правовых основ их регистрации и использования, мы подробно рассмотрели множество примеров того, как происходит процесс создания знаков. Само повествование о ходе творческого процесса и сопутствующих перипетиях создания и реализации знаков дает обильный учебный материал для молодых дизайнеров-графиков. Но не все станет достоянием читателей после выхода в свет данной книги. Процесс обучения и совершенствования сложен и требует усилий и времени.

Студенты обучаются шрифту, компьютерной графике, полиграфии и проектированию по различным разделам рекламной графики.

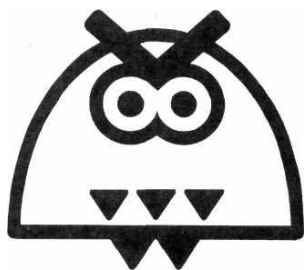
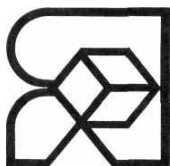
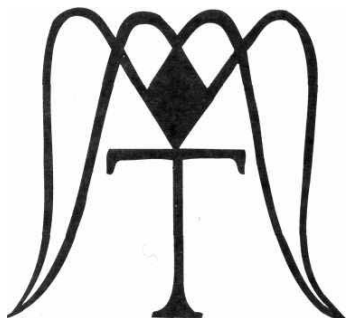
Одним из основных разделов дисциплины проектирования является изучение и разработка знаковых композиций разного назначения. После вводного исторического экскурса студентам предлагается ознакомиться с характерными образцами личных знаков, знаков собственности, книжных, цеховых, товарных знаков и знаков обслуживания.

В начале обучения по дисциплине «Комплексное проектирование» и «Шрифт» на III курсе выполняются упражнения, приближающие к пониманию задач, стоящих перед дизайнером.

Упражнения начинаются с варианта буквы-образа. В исполнении буква должна предстать не только в своем алфавитном значении, но и как носитель смысловой нагрузки, тактично и остроумно заложенной в ее изображении.



FLORIS



На консультациях и анализе эскизов усваиваются знания по многим направлениям, главные из которых:

Композиция — организация формы, продиктованная требованиями ее гармонизации и образной выразительности.

Средства композиции. Из всех средств композиции на первое место следует поставить **пропорции**. Организация формы основана на четком пропорционировании. С давних времен в архитектуре, живописи, графике и прикладных искусствах используются пропорции различной кратности (золотое сечение, отношение диагонали к стороне квадрата и многие др.).

Сюда же следует отнести **масштабность**.

Симметрия — одно из наиболее мощных средств композиции и наиболее активных ее закономерностей. Когда говорится о симметрии знака или любого другого изображения, под этим подразумевается повторение, отображение правого в левом, нижнего в верхнем и т.п. В представлении человечества, симметрия стала своеобразной нормой прекрасного.

Контраст — относится к важнейшим средствам композиции при создании знаков. Композиция, построенная на контрасте, производит активное визуальное воздействие. Она, как правило, требует смягчающих нюансов для гармонизации целого.

Нюанс — незначительные различия пропорций, форм и тональностей внутри композиции, как правило, нюанс дополняет контрастные построения.

Ритм. Как равномерное чередование каких-либо элементов композиции, ритм связан с проявлением динамичности и композиционного равновесия. Ритм воздействует на движение глаза в направлении нарастания количественных изменений ряда.

Гармонизация форм достигается с помощью вышеуказанных средств композиции пропорций, масштаба, симметрии, контраста, нюанса и ритма.

Необходимое условие для вновь создаваемых знаков, — то, что они должны быть узнаваемы по смыслу и отличаться оригинальной образной формой, ее новизной, как необходимым условием для регистрации в качестве действующего узаконенного знака.

Упражнения по созданию буквы-образа и слова-образа являются для многих студентов достаточно трудными. Привычка рисования

с натуры, стремление к передаче ее протокольных подробностей не позволяют представить предмет или явление в лаконичной знаковой форме. Постепенно, шаг за шагом, вырабатывается умение находить образное, не перегруженное деталями, решение, постигаются на практике основные закономерности композиции.

В качестве примера приводим несколько студенческих работ, выполненных на отделении графического дизайна ХХПИ. В них разная степень обобщения и отбора, но, как правило, яркие образные решения.

В дальнейшем эти упражнения помогают более уверенно вести творческий поиск при разработке знаковых композиций на заданную тему.

Весьма полезным упражнением является выполнение каждым студентом личного знака.

Дается возможность в разных вариантах, начиная от монограммы — композиции из начальных букв фамилии, имени и отчества, до изобразительного символа или комбинированного знака.

Это упражнение, как правило, вызывает живой интерес и продолжительный поиск решений.

Подавляющее большинство поисков и решений идут в русле буквенных комбинаций и превращаются в разнообразные монограммы.

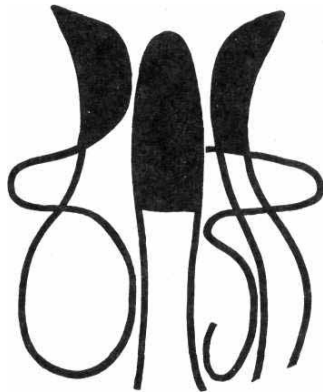
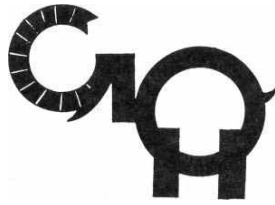
Реже находятся комбинированные и изобразительные решения. На первых порах это весьма затруднительно.

Почти все студенты с интересом выполняют еще одно вводное задание — книжный знак, эксплибрис. Здесь они чувствуют большую свободу в организации композиции и выражении своих замыслов и чувств, зачастую окрашенных веселым юмором.

Наиболее продолжительный и серьезный поиск решений по форме и содержанию приходится на разработку эскизов и оригиналов нескольких вариантов знаков для конкретных фирм, куда входят изобразительный, словесный, шрифтовой и комбинированный варианты знака, а также логотип — его фирменная надпись.

Наиболее успешно справляются с заданиями студенты, имеющие хорошую общехудожественную подготовку, особенно в рисунке, а также обладающие живой развитой фантазией и не лишенные чувства юмора. В этом легко убедиться, рассмотрев представленные студенческие работы разных лет.

После окончания разработки знаковых вариантов студентам предлагается выполнить следующее задание:

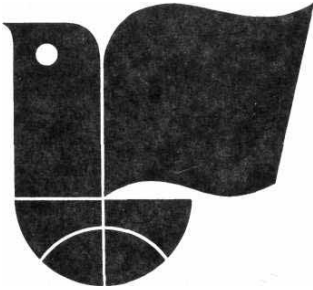


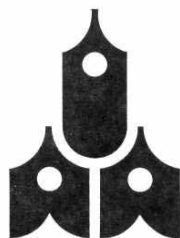
Фирменный блок. Размещение на одном листе вариантов одного знака в разных масштабах, цветовых отношениях, с привязкой к знаку названия фирмы.

Важность и значимость этого задания становится особенно понятной и необходимой в свете тенденций развития в современных торговых и производственных фирмах и потребности в комплексной рекламе.

Итоговым заданием в разделе знаковой графики становится проектирование престижного плаката, в котором главным смысловым стержнем является знак фирмы, обычно изображаемый в эффектно поданной форме.

Учебный процесс, как сама жизнь, не стоит на месте. Будут новые поиски, пробы, а с ними непременно придут и новые достижения! Главное, не останавливаться на достигнутом.





Авторские права на знак

1. Порядок получения свидетельства на товарный знак

Приобретение и осуществление права собственности на знаки для товаров и услуг в Украине регулируются Законом Украины «Об охране прав на знаки для товаров и услуг» от 15.12.93 г. № 3689 (далее — Закон № 3689).

Торговая марка — это объект авторского права и интеллектуальной собственности, товарный знак, логотип, знак для товаров и услуг, зарегистрированный в законодательно установленном порядке.

Знаки для товаров и услуг — это обозначения, которыми товары или услуги одних лиц отличаются от однородных товаров и услуг других лиц.

Логотип (торговый знак) — постоянный словесный, изобразительный или объемный знак, комбинированный с буквами, цифрами, словами или без них, являющийся эмблемой юридического или физического лица.

Законом Украины «О рекламе» от 03.07.96 г. № 270/96-ВР определено, что знаки для товаров и услуг, в том числе те, которые являются логотипами (словесные обозначения), на которые выданы свидетельства Украины на знаки для товаров и услуг, а также те, которые охраняются на территории Украины согласно ее международным договорам, могут использоваться в рекламе на языке оригинала.

Право собственности на товарный знак удостоверяется свидетельством. Срок действия свидетельства 10 лет с даты представления заявки

и может быть продлен по ходатайству владельца свидетельства, поданному в течение последнего года действия свидетельства, каждый раз на 10 лет.

Порядок получения свидетельства на знак для товаров и услуг состоит из следующих этапов:

- 1) представление заявки для получения свидетельства на товарный знак;
- 2) установление права на приоритет;
- 3) экспертиза заявки;
- 4) переписка с Государственным патентным ведомством;
- 5) внесение товарного знака в реестр;
- 6) получение свидетельства.

2. Оформление заявки на товарный знак

Порядок составления, представления и процедура рассмотрения заявки на получение свидетельства Украины на знак для товаров и услуг, утвержденными приказом Госпатента Украины от 28.07.95 г. № 116 (далее — Правила № 116).

Под заявкой понимают совокупность документов, необходимых для получения свидетельства.

Для получения свидетельства следует подать заявку на украинском языке в Государственное патентное ведомство Украины (далее — Ведомство) на адрес Института промышленной собственности (далее — ИПС) (ранее «Научно-исследовательский институт патентной экспертизы») в отдел товарных знаков.

Заявка должна касаться одного товарного знака и содержать:

- 1) заявление о регистрации товарного знака по форме согласно дополнению к Правилам № 116;
- 2) изображение обозначения, которое заявляется;
- 3) перечень товаров и услуг, сгруппированных в соответствии с классами Международной классификацией товаров и услуг (далее — МКТУ), для которых заявитель просит зарегистрировать знак;
- 4) цветные изображения указанного знака, если заявитель просит охрану цвета, сочетания цветов как отличительную черту своего знака, с указанием в заявке цветов или сочетаний;
- 5) прилагаемые к заявке документы:

— документ об уплате сбора за представление заявки, в том числе за экспертизу (размеры

сборов для граждан и юридических лиц, резидентов Украины приведены в приложении 1);

— копию предыдущей заявки, засвидетельствованную ведомством страны представления, если заявитель желает воспользоваться правом на приоритет (если такая заявка подавалась ранее);

— документ, который подтверждает показ экспонатов с использованием заявленного знака на официальной или официально признанной между народной выставке, если заявитель желает воспользоваться правом на приоритет (при наличии);

— доверенность на имя представителя, если заявка направляется патентным поверенным;

— документы, подтверждающие право на использование в заявленном обозначении элементов государственного герба, официального названия государства, наград и других отличий.

Ставки сбора определяются Положением о порядке уплаты сборов за действия, связанные с охраной прав на изобретения, полезные модели, промышленные образцы, топографии интегральных микросхем и знаки для товаров и услуг, утвержденным постановлением Кабинета Министров Украины от 10.10.94 г. № 701 (с изменениями и дополнениями) (далее — Положение № 701).

Документ, который подтверждает уплату сбора за представление заявки на регистрацию товарного знака, направляется вместе с заявкой или в течение двух месяцев, начиная с даты представления заявки. Если в течение отмененного срока документ, который подтверждает уплату сбора установленного размера, не поступил в Ведомство, заявка считается отозванной.

Сбор за представление заявки, в том числе за экспертизу, в размере 20 не облагаемых налогом минимумов доходов граждан, предполагает проверку первых трех классов товаров МКТУ, указанных в заявке, а экспертиза каждого последующего класса оплачивается дополнительно по ставкам, приведенным в приложении 1.

Если в течение двух месяцев, начиная с даты представления заявки, в Госпатент поступил документ, который подтверждает уплату сбора в меньшем размере, чем это установлено для представления заявки на регистрацию знака для нескольких классов Международной классификации товаров и услуг (МКТУ), заявитель имеет право произвести доплату сбора в течение двух месяцев, начиная с даты получения сообщения о необходимости доплаты. При непоступлении в Госпатент

доплаты за экспертизу последующих классов осуществляется проверка тех классов МКТУ, которые избраны заявителем, и при отсутствии такого выбора тех, которые отмечены в заявке первыми и за которые оплачен сбор.

Требования к изображению, которое заявляется на регистрацию как знак:

- изображение знака, которое заявляется на регистрацию, направляется в виде четкой фотоконкопии или печатного логотипа размером 8х8 см;

- если заявляется объемный знак, его фотокопия направляется в таком ракурсе, который дает возможность вообразить весь объект в целом. Кроме того, дополнительно представляются изображения всех необходимых проекций обозначения, которые исчерпывающе характеризуют знак;

- если заявляется этикетка, она направляется как изображение знака, при условии, что ее размер не превышает 14х14 см.

Знак, заявленный на регистрацию в черно-белом выполнении, направляется в Ведомство в пяти экземплярах, в цветном выполнении — в десяти экземплярах.

Все приложенные к заявке документы должны быть оформлены на отдельных листах, пронумерованы арабскими цифрами и приспособлены для длительного хранения.

Заявление о регистрации знака с прилагаемыми документами к нему, кроме изображения знака, направляется в одном экземпляре.

3. Установление приоритета

При представлении заявки следует учитывать, что если товар, для которого регистрируется знак, выставлялся на международных выставках или заявка на регистрацию знака ранее подавалась, то заявитель имеет право на приоритет.

Приоритет заявки (далее — приоритет) — это первенство в представлении заявки. Датой приоритета является дата представления заявки в Ведомство или в соответствующий орган государства — участника Парижской конвенции об охране промышленной собственности от 20.03.1883 г.

Заявитель имеет право на приоритет предыдущей заявки на такой же знак в течение шести месяцев с даты представления предыдущей заявки Ведомству **или** соответствующему органу государства — участника Парижской конвенции об охране промышленной собственности, если на предыдущую заявку не заявлен приоритет.

Приоритет знака, показанного на официальных международных выставках, проведенных на территории государства — участника Парижской конвенции об охране промышленной собственности, может быть установлен по дате открытия выставки, если заявка поступила в Ведомство в течение шести месяцев с такой даты.

Заявитель, желающий воспользоваться правом приоритета, должен в течение трех месяцев с даты представления заявки Ведомству подать заявление о приоритете со ссылкой на дату представления и номер предыдущей заявки и ее копию или документ, который подтверждает показ товаров с использованием отмеченного знака на выставке, проведенной в государстве — участнике Парижской конвенции.

За время этого срока отмеченные материалы могут быть изменены.

Если материалы на приоритет заявки поданы несвоевременно, то это право считается потерянным, о чем заявителю посылается сообщение.

4. Экспертиза заявки на регистрацию товарного знака

После установления даты регистрации заявки заявитель получает право на использование заявленного знака, вытекающее из свидетельства. Для обозначения того, что знак находится в процессе регистрации, рядом с товарным знаком ставится значок «тм».

Правовая охрана в соответствии с п. 1 ст. 5 Закона № 3689 предоставляется знаку, который не противоречит общественным интересам, принципам гуманности и морали. Во время проверки обозначения устанавливается: не принадлежит ли заявленный знак к обозначениям порнографического характера, не содержит ли антигосударственных, расистских лозунгов, эмблем и наименований экстремистских организаций, нецензурных слов и выражений и тому подобное. Если заявленное обозначение или хотя бы один из его элементов относится к таким обозначениям, дальнейшее рассмотрение заявки прекращается, и заявителю посылается решение о ее отклонении. Не могут получить правовую охрану обозначения, знаки, которые изображают исключительно (п. 1 ст. 6 Закона № 3689):

- государственные гербы, знамена и эмблемы;
- официальные названия государств;
- эмблемы, сокращенные или полные наименования международных межправительственных организаций;

- официальные контрольные, гарантийные и пробирные клейма, печати;
- награды и другие знаки отличия.

Такие обозначения могут быть включены в знак как элементы, которые не охраняются, если на это есть согласие соответствующего компетентного органа или их владельцев.

Порядок составления и представления ходатайства об использовании в обозначении элементов государственной символики, которые напоминают государственный герб, знамя, официальное полное или сокращенное название государства, регулируется Правилами рассмотрения ходатайств Межведомственной комиссией по согласованию вопросов правовой охраны знаков для товаров и услуг, утвержденными приказом Государственного патентного ведомства Украины от 16.01.96 г. № 1. Если согласия в материалах заявки нет, то заявителю посылается сообщение о необходимости представления соответствующих документов.

Документ, который подтверждает право на использование вышеуказанных обозначений, необходимо послать в адрес Ведомства в течение двух месяцев с даты получения сообщения.

Если обозначение, заявленное на регистрацию как знак, состоит исключительно из обозначений, указанных в п. 1 ст. 6 Закона № 3689, или заявителем не представлен документ, который подтверждает право на использование неохраняемых обозначений как элементов, то заявка подлежит отклонению. Об этом заявителю посылается сообщение.

Согласно п. 2 ст. 6 Закона № 3689 не могут получить правовую охрану также обозначения, которые:

- не имеют отличительных особенностей;
- являются общепотребительными как обозначение товаров и услуг определенного вида;
- указывают на вид, качество, количество, свойства, назначение, ценность товаров и услуг, а также на место и время изготовления или сбыта товаров или предоставления услуг;
- являются обманчивыми или такими, которые могут ввести в заблуждение потребителей относительно товара, услуги или лица, которое производит товар или предоставляет услуги;
- являются общепотребительными символами и выражениями.

Вышеперечисленные обозначения могут быть внесены в знак как элементы, которые не

охраняются, если они не занимают доминирующего положения в изображении товарного знака.

В случае вывода Ведомства о невозможности регистрации заявленного обозначения как знака для товаров и/или услуг в связи с наличием оснований для отказа в предоставлении правовой охраны, заявка подлежит отклонению, о чем заявителю посылается сообщение.

Согласно п. 3 ст. 6 Закона № 3689 не могут быть зарегистрированы как знаки обозначения, которые являются тождественными или похожими настолько, что их можно спутать с:

- знаками, раньше зарегистрированными или заявленными на регистрацию в Украине на имя другого лица для однородных товаров и услуг;
- знаками других лиц, если эти знаки охраняются без регистрации на основании международных договоров, участником которых является Украина;
- фирменными наименованиями, которые известны в Украине и принадлежат другим лицам, которые получили право на них к дате представления в Ведомство заявки относительно однородных товаров и услуг;
- наименованиями мест происхождения, кроме случаев, когда они включены в знак как элементы, которые не охраняются, и зарегистрированы на имя лиц, которые имеют право пользоваться такими наименованиями;
- сертификационными знаками, зарегистрированными в установленном порядке.

Не могут получить правовую охрану знаки, которые в соответствии с п. 5 ст. 6 Закона № 3689 воспроизводят:

- промышленные образцы, права на которые принадлежат в Украине другим лицам;
- названия известных в Украине произведений науки, литературы и искусства или цитаты и персонажи из них, произведения искусства и их фрагменты без согласия владельцев авторского права или их правопреемников;
- фамилии, имена, псевдонимы и производные от них, портреты известных в Украине лиц без их согласия.

В соответствии с Законом № 3689 не могут быть зарегистрированы как знаки обозначения, которые добросовестно использовались до 1 января 1992 года двумя и более юридическими лицами для обозначения однородных товаров.

Если установлено несоответствие заявленного на регистрацию знака условиям предоставления правовой охраны, то заявителю посылается сообщение с приведением обоснованных доводов, которые могут стать основанием для отказа в регистрации знака полностью или относительно части товаров и/или услуг.

Дополнительные материалы, устраняющие несоответствия, должны поступить в течение двух месяцев с даты получения заявителем сообщения Ведомства. Если заявитель нарушил установленный срок и не представил мотивированное ходатайство о его продолжении, то решение относительно заявки принимается на основании имеющихся в наличии материалов.

Заявитель имеет право по собственной инициативе или по приглашению Ведомства лично или через своего представителя участвовать в рассмотрении вопросов, которые возникают во время проведения экспертизы. Такое рассмотрение проводится по предложению Ведомства или по ходатайству заявителя.

На ходатайство заявителя о личном участии в рассмотрении заявки Ведомство посылает ответ в течение месяца с даты получения ходатайства, в котором уточняются сроки рассмотрения заявки с участием заявителя.

Если Ведомство или заявитель считают совместимое рассмотрение заявки преждевременным, предложение Ведомства или ходатайство заявителя может быть отклонено.

Дата и время совместного рассмотрения заявки предварительно согласовываются. В случае изменения обстоятельств сторона, которая не имеет возможности принять участие в рассмотрении заявки в определенное время, извещает об этом другую сторону.

В случае несогласия заявителя с любым решением Ведомства по поводу заявки заявитель может подать возражение против такого решения в Апелляционный совет Ведомства. Возражение направляется в течение трех месяцев с даты получения заявителем соответствующего решения или копий востребованных материалов. К возражению прилагается документ, который подтверждает уплату установленного сбора.

Если установленный трехмесячный срок пропущен, предоставление возражения может быть обновлено по ходатайству заявителя, которое

направляется вместе с возражением, в течение шести месяцев с даты окончания срока.

Возражение рассматривается Апелляционным советом в течение четырех месяцев с даты его поступления в порядке, установленном действующим Положением об Апелляционном совете Государственного департамента интеллектуальной собственности Украины, утвержденным приказом Государственного патентного ведомства Украины от 28.02.96 г. № 34.

Заявитель имеет право отзываться заявку в любое время до даты получения им решения о регистрации знака. Датой отзыва заявки считается дата поступления соответствующего заявления в Ведомство.

Если заявка признана отозванной, а заявитель имеет документальные доказательства ошибочности этого действия, то делопроизводство по заявке может быть обновленным по решению руководства Ведомства с сохранением даты представления заявки.

5. Регистрация товарного знака и выдача свидетельства

На основании решения о регистрации знака и при наличии документа об уплате сбора за выдачу свидетельства Ведомство публикует сведения о выдаче свидетельства в своем официальном бюллетене «Промышленная собственность». Принятое решение может касаться регистрации знака только для части товаров и/или услуг или части заявленного знака. В случае наличия в составе знака элементов, которые не охраняются, в решении о регистрации знака для товаров и услуг делается запись:

«отмеченный элемент не является предметом самостоятельной правовой охраны».

Если в течение трех месяцев с даты получения решения о выдаче свидетельства заявитель не представил Ведомству документ об уплате сбора за выдачу свидетельства, публикация не осуществляется, а заявка считается отозванной.

Одновременно с публикацией сведений о выдаче свидетельства Ведомство осуществляет государственную регистрацию знака, для чего вносит в Государственный реестр свидетельств Украины на знаки для товаров и услуг соответствующие сведения.

Государственный реестр свидетельств Украины на знаки для товаров и услуг (далее — Реестр) — это совокупность официальных сведений

относительно государственной регистрации знаков для товаров и услуг, которые постоянно хранятся на электронном и бумажном носителях. Реестр формирует Государственный департамент интеллектуальной собственности.

После этого заявитель имеет право ставить рядом со знаком значок ®.

Охрана знака, зарегистрированного в Украине, распространяется на всю ее территорию. Для охраны в других странах необходимо зарегистрировать знак в соответствующем государстве или произвести его международную регистрацию.

Выдача свидетельства осуществляется Ведомством в месячный срок после государственной регистрации знака. Свидетельство выдается лицу, которое имеет право на его получение (заявителю или поверенному).

Форма свидетельства и содержание отмеченных в нем сведений определяются Ведомством.

6. Учет затрат на приобретение товарного знака

6.1. Бухгалтерский учет

После получения свидетельства на знак или регистрации договора (лицензионного договора) такой объект включается в состав активов предприятия, т.е. стоимость объекта может быть достоверно определена, и его использование приведет к получению экономических выгод в будущем. В бухгалтерском учете получение права на знак отражается записью: Дт 123 «Права на знаки для товаров и услуг» — Кт 154 «Приобретение (создание) нематериальных активов».

7. Права владельца свидетельства

Свидетельство предоставляет его владельцу исключительное право пользоваться и распоряжаться знаком по своему усмотрению.

Использование знака признается применением его на товарах и при предоставлении услуг, для которых он зарегистрирован, на упаковке товаров, в рекламе, печатных изданиях, на вывесках, во время показа экспонатов на выставках и ярмарках, которые проводятся в Украине, в проспектах, счетах, на бланках и в другой документации.

Свидетельство предоставляет его владельцу право запрещать другим лицам использовать зарегистрированный знак без его разрешения.

Владелец свидетельства может на основании договора передавать право собственности на знак любому лицу, которое становится правопреемни-

ком владельца свидетельства. Передача права собственности на знак не допускается, если это может стать причиной обмана потребителя относительно товара и услуги или относительно лица, которое изготавливает товар, предоставляет услугу.

Владелец свидетельства имеет право дать любому лицу разрешение (выдать лицензию) на использование знака на основании лицензионного договора.

Никто другой, кроме бывшего владельца свидетельства, не имеет права на повторную регистрацию знака в течение трех лет после прекращения действия свидетельства.

8. Ответственность за нарушение прав владельца товарного знака

Права, которые вытекают из свидетельства, распространяются на заявленное обозначение с даты предоставления заявки при условии уплаты сбора.

Любое посягательство на права владельца свидетельства считается нарушением его прав, которое влечет за собой ответственность согласно действующему законодательству Украины.

По требованию владельца свидетельства нарушение его прав, вытекающих из свидетельства (незаконное использование знака на товарах, упаковке, в рекламе, на вывесках и т. д.), должно быть прекращено, а нарушитель обязан возместить владельцу свидетельства причиненные убытки.

Владелец свидетельства может также требовать удаления с товара (его упаковки) незаконно использованного знака или обозначения, схожего с ним настолько, что их можно спутать, или уничтожения изготовленных изображений знака или обозначений, схожих с ним настолько, что их можно спутать. Если законные требования владельца свидетельства остаются без внимания, он может обратиться с иском в арбитражный или третейский суд.

В соответствии со ст. 1643 Кодекса Украины об административных правонарушениях неправомерное использование фирменного наименования, знака для товаров и услуг или какого-либо маркирования товаров наказывается наложением штрафа от 30 до 44 не облагаемых налогом минимумов доходов граждан (от 510 до 748 грн.) с конфискацией изготовленной продукции, оборудования, сырья или без таковой.

В соответствии со ст. 25 Закона Украины «О защите от недобросовестной конкуренции»

владелец знака может обратиться в Антимонопольный комитет с заявлением об изъятии товаров как у производителя, так и у продавца. При этом Комитет может наложить штраф на нарушителя.

9. Прекращение действия свидетельства

Владелец свидетельства в любое время может отказаться от права на товарный знак полностью или частично на основании заявления, поданного в Ведомство. Отказ вступает в силу с даты публикации сведений об этом в официальном бюллетене Ведомства.

Действие свидетельства прекращается также в случае неуплаты сбора за продление срока его действия с первого дня после истечения десятилетнего срока.

Документ об уплате сбора за каждое продление срока действия свидетельства должен поступить в Ведомство до конца срока действия свидетельства в течение двух последних месяцев.

Действие свидетельства прекращается также по решению суда (арбитражного суда) в связи с превращением знака в обозначение, которое стало общеупотребительным как обозначение товаров и услуг определенного вида после даты представления заявки (например, это произошло с такими торговыми марками, как подгузники «Памперс», колготки «Лайкра» и др.).

10. Передача права собственности на товарный знак

Порядок предоставления и регистрации в Ведомстве договоров о передаче права собственности на знаки для товаров и услуг и лицензионных договоров на использование товарных знаков регулируется Инструкцией о рассмотрении и регистрации договоров о передаче права собственности на знаки для товаров и услуг и лицензионного договора на использование знака для товаров и услуг, утвержденной приказом Госпатента Украины от 06.06.95 г. № 89.

Передача владельцем свидетельства права собственности на товарный знак и выдача разрешения (лицензии) на использование знака осуществляются в пределах срока действия свидетельства. При этом договор о передаче права собственности на знак (далее — договор) или договор о предоставлении разрешения на использование знака (далее — лицензионный договор) считаются действительными, если они составлены в письменной форме и подписаны

сторонами. На основании лицензионного договора может предоставляться исключительная или неисключительная лицензия на использование знака.

Договор (лицензионный договор) подписывается заключающими его странами и должен содержать условие о качестве товаров и услуг (качество таких товаров и услуг не должно быть ниже качества товаров и услуг владельца свидетельства), а также другие права и обязанности сторон. Договор (лицензионный договор) от имени юридического лица подписывается лицом, которое имеет на это полномочие, с указанием его должности и буквенным обозначением фамилии, а личная подпись заверяется печатью этого юридического лица.

Для регистрации договора (лицензионного договора) в Ведомство направляются следующие документы:

- 1) заявление о регистрации договора (лицензионного договора) (далее — заявление) в одном экземпляре;
- 2) договор (лицензионный договор) в трех экземплярах;
- 3) копия свидетельства на знак;
- 4) перечень товаров и услуг с указанием классов Международной классификации товаров и услуг (МКТУ);
- 5) документ об уплате сбора за регистрацию договора (лицензионного договора) в одном экземпляре.

Заявление о регистрации договора подается в Госпатент Украины владельцем свидетельства, а заявление о регистрации лицензионного договора — владельцем свидетельства или владельцем исключительной лицензии.

Заявление составляется на украинском языке.

Ответственность за достоверность информации, приведенной в документах, которые направляются на регистрацию, несут страны, заключившие договор (лицензионный договор).

Рассмотрение и регистрация договора (лицензионного договора) осуществляются в течение месяца с даты поступления в Ведомство документов. При этом должны быть проверены заявление и приложенные к нему документы. Готовится решение о регистрации договора (лицензионного договора) и регистрируется договор (лицензионный договор) в Государственном реестре.

После принятия решения о регистрации в адрес владельца свидетельства (владельца исключительной лицензии) направляется два экземпляра зарегистрированного договора (лицензионного договора) и решение о его регистрации. Затем Ведомством публикуются сведения о зарегистрированном договоре (лицензионном договоре) в официальном бюллетене Ведомства Украины «Промышленная собственность».

В зарегистрированный лицензионный договор, в пределах срока его действия, могут быть внесены изменения на основании заявления сторон и при условии уплаты соответствующего сбора. Ведомство осуществляет внесение соответствующих изменений в течение месяца с даты поступления документов.

Список использованных документов:

1. Закон Украины «О предприятиях в Украине» от 27.03.91 г. № 887.
2. Закон Украины «Об охране прав на знаки для товаров и услуг» от 15.12.1993 г. № 3689.
3. Правила составления и представления заявки на выдачу свидетельства Украины на знаки для товаров и услуг, утвержденные приказом Госпатента Украины от 28.07.95 г. № 116 (с изменениями и дополнениями).
4. Постановление Кабинета Министров «О Межведомственной комиссии по согласованию вопросов правовой охраны знаков для товаров и услуг» от 20.10.95 г. № 846.
5. Правила рассмотрения ходатайств Межведомственной комиссией по согласованию вопросов правовой охраны знаков для товаров и услуг, утвержденные приказом Госпатента Украины от 16.01.96 г. № 1.
6. Положение «О государственном реестре свидетельств Украины на знаки для товаров и услуг», утвержденное приказом Министерства образования и науки Украины от 25.07.2000 г. № 347.

7. Инструкция «О порядке ознакомления с материалами заявки на знак для товаров и услуг и сведениями, занесенными в государственный реестр свидетельств Украины на знаки для товаров и услуг», утвержденная приказом Госпатента Украины от 9.11.95г. № 163.

8. Инструкция «О рассмотрении и регистрации договоров о передаче прав собственности на знаки для товаров и услуг и лицензионного договора на использование знака для товаров и услуг», утвержденная приказом Госпатента от 06.06.95 г. № 89.

9. Порядок уплаты сбора за действия, связанные с охраной прав на изобретения, полезные модели, промышленные образцы, топографии интегральных микросхем и знаки для товаров и услуг, утвержденный постановлением Кабинета Министров Украины от 10.10.94 г. № 701.

10. Положение о представителях по делам интеллектуальной собственности (патентных поверенных), утвержденное приказом Госпатента от 30.08.94 г. № 95.

11. Парижская конвенция по охране промышленной собственности от 20.03.1883 г.

12. Ницкое соглашение о Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков от 15.06.1957 г.

13. Мадридское соглашение о международной регистрации знаков от 14.04.1891 г.

14. Протокол к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков от 28.06.89 г.

15. Инструкция к Мадридскому соглашению о Международной регистрации знаков, принятая Ассамблеей и Комитетом директоров специального союза по международной регистрации знаков (Мадридский союз) 1 апреля 1992 года.

16. Закон Украины «О рекламе» от 03.07.96 г. № 270/96-ВР.

Е. Примакова «Товарный знак»



Владимир Алексеевич Победин — один из самых почтенных (и по возрасту, и по положению) педагогов кафедры графического дизайна Харьковского художественно-промышленного института. Его колоссальный опыт и знания открыли дорогу в мир дизайна не одному поколению студентов (в том числе и автору этих строк).

Настоящая книга подводит итог многолетней творческой и педагогической практике старейшего харьковского графика-дизайнера, его размышлениям о зарождении и истории развития товарного знака, о достижениях харьковской школы графического дизайна в проектировании этих лаконичных графических миниатюр.

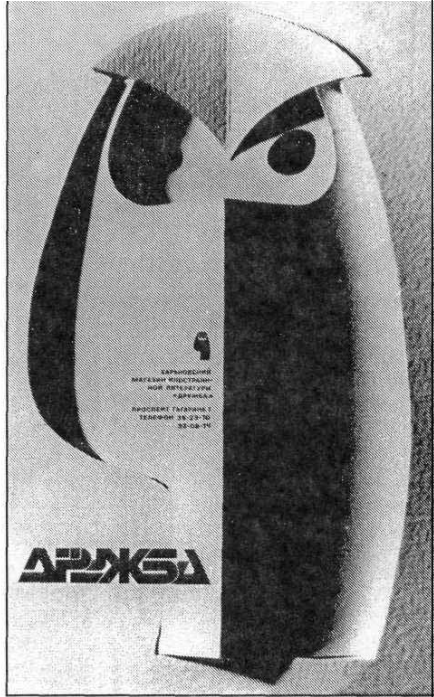
В 60—70-е годы эта область графического творчества была едва ли не единственной, где идеологический пресс в меньшей степени сковывал творческую инициативу художника. Правда, существовало множество других ограничений, но они были, скорее, технического порядка и, как ни странно, в большой мере стимулировали творческий поиск, подталкивая дизайнера (тогда его еще называли промграфиком) к остроумному решению вопросов формообразования знака, его стилистики и т.п.

В Харькове, отличавшемся традициями добротной графической школы, к этому моменту сложился круг блестящих художников, которые и вывели харьковскую промграфику в ряд постоянных лидеров ежегодных выставок, проводимых в то время Всесоюзной торговой палатой. Это была эпоха становления, развития и творческого взлета графического дизайна Харькова, особенно ярко воплощенная в товарном знаке.

Книга Владимира Алексеевича Победина «Знаки в графическом дизайне» не претендует на объективное научное исследование, и самое ценное в ней, на мой взгляд, — ее визуальный ряд, построенный, в основном, на творческих работах автора и его живых комментариях, доходчиво и ясно излагающих личный опыт мастера.

В книге собран и систематизирован разрозненный материал, касающийся возникновения и развития знаковых систем, проведена классификация разновидностей знаков, впервые даны критерии объективной оценки художественных стилевых и патентных качеств товарных знаков, а также подробно изложены требования к вновь создаваемым знакам. Все это делает издание полезным и необходимым не только для студентов дизайнерских училищ, институтов, академий, но и для практикующих дизайнеров, она будет полезной также для тех, кому создаются знаки.

Профессор О.А.Векленко



Литература

1. *Афанасьев Г.К.* «Средневековые древности евразийских степей», сборник. Статья «Керамика Мокрой Балки». — М.: «Наука», 1980.
2. *Арнхейм Р.* «Искусство и зрительное восприятие». — М.: «Прогресс», 1974.
3. *Веркман Д.К.* «Товарные знаки. Создание, психология, восприятие». — М.: «Прогресс», 1986.
4. *Ефименко П.Е.* «Юридические знаки (опыт исследования по сравнительному обычному праву)». — Санкт-Петербург, 1874.
5. *Крафт З.* «Защитная марка». — Берлин, 1970.
6. *Кызласов Л.Р., Король Г.Г.* «Декоративное искусство средневековых хакасов». — М.: «Наука», 1990.
7. *Ментатов В.В.* «Образ, знак, условность». — М.: «Высшая школа», 1980.
8. «Методические рекомендации для разработчиков товарных знаков». — М.: 1985.
9. *Оборин В.А., Чагин Г.Н.* «Искусство Прикамья». — Пермское книжное изд-во, 1988.
10. *Павлинская А.* «Товарный знак». — М.: 1974.
11. «Положение о товарных знаках». — М.: 1984.
12. *Полубояринова М.Д.* «Средневековые древности евразийских степей», сборник статей. «Знаки на золотоордынской керамике». — М.: «Наука», 1980.
13. *Свешников В.К.* «О символике вещей Михайловских кладов». — М.: «Наука», 1968.
14. *Соболева Т.А., Суперанская А.В.* «Товарные знаки». — М.: «Наука», 1986.
15. *Соломоник Э.И.* «Сарматские знаки Северного Причерноморья». — М.: «Наука», 1953.
16. *Третьяков П.Н.* «Восточно-славянские письмена». — М.: Акад. наук, 1953.
17. *Утевська Ф.1.* «Невмирущ! знаки». — К.: «Веселка», 1981.